Réponse au questionnaire de l'ARCOM relatif aux mesures prises pour lutter contre la désinformation, en application du Titre III de la Loi du 22 décembre 2018
6 octobre 2023

I. Introduction

Le 3 août 2023, l'Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique (ARCOM) a adressé un questionnaire concernant les mesures prises par les plateformes en ligne contre la manipulation de l'information et a invité Pinterest à faire part de ses observations. Pinterest partage l'objectif de l'ARCOM de lutter contre la désinformation sous toutes ses formes. Depuis des années, Pinterest prend part à la lutte contre la manipulation de l'information et fournit un accès à des ressources tierces fiables sur des sujets sensibles tels que la désinformation médicale, les informations erronées ou trompeuses sur le changement climatique ou encore, la manipulation d'informations susceptibles de nuire à l'intégrité d'une élection. Pinterest salue l'opportunité de pouvoir fournir des précisions sur les mesures qu'elle met en place pour supprimer et limiter la diffusion de contenus faux ou trompeurs qui pourraient nuire au bien-être, à la sécurité ou à la confiance de ses utilisateurs.

Comme l'ARCOM l'a relevé, les mesures prises par les plateformes en ligne contre la manipulation de l'information sont particulièrement pertinentes depuis que le Règlement sur les services numériques (DSA) est entré en vigueur et que le Code de bonnes pratiques renforcé contre la désinformation de l'Union européenne peut être adopté en tant que code de conduite en vertu de l'article 45 du DSA. Même si Pinterest n'est pas actuellement signataire du Code de bonnes pratiques contre la désinformation, elle dispose, comme exposé dans le présent document, de politiques strictes et de solides mécanismes contraignants dans ce domaine. Nous considérons le DSA comme une continuation de notre engagement de longue date de créer un lieu sûr et inspirant en ligne, et bien que nous en soyons encore aux prémices de l'application du DSA, nous attendons avec impatience les enseignements qu'il pourrait apporter, notamment sur la façon de lutter contre la manipulation de l'information, afin que Pinterest reste un lieu inspirant et accueillant pour tout le monde.

II. Présentation de Pinterest

Pinterest est un moteur de recherche visuel où plus de 450 millions d'utilisateurs actifs mensuels (ou « épingleurs », « pinners » en anglais) à travers le monde se rendent pour trouver de l'inspiration pour créer un mode de vie auquel ils aspirent. La navigation

et la sauvegarde d'idées visuelles sur la plateforme Pinterest aident les utilisateurs à imaginer à quoi pourrait ressembler leur futur et à passer de l'inspiration à la réalité.

Pinterest montre aux utilisateurs des recommandations de visuels appelées Épingles. Les Épingles sont créées par des utilisateurs, particuliers ou professionnels, qui publient des photos ou des vidéos ou créent des liens vers du contenu en ligne, et proposent une légende associée. Les utilisateurs peuvent enregistrer et organiser ces recommandations dans des collections appelées "tableaux". Les cas d'utilisation les plus courants sont la nourriture, la beauté, la décoration intérieure et les voyages.

Les systèmes de recommandations de Pinterest sont conçus pour montrer à nos utilisateurs des contenus que nous pensons pertinents, inspirants et personnalisés. Pinterest sélectionne les Épingles qu'elle recommande aux utilisateurs en fonction des centres d'intérêts que ceux-ci nous ont communiqués, à l'aide de diverses sources telles que l'historique de recherche de l'utilisateur sur Pinterest et les intérêts qu'il sélectionne lors de son inscription au service. Au lieu de mettre en avant les contenus simplement parce qu'ils sont nouveaux ou tendance, notre mission est de proposer des contenus qui correspondent aux goûts et aux intérêts de chaque utilisateur. Un utilisateur qui s'intéresse par exemple à la cuisine verra davantage d'Épingles renvoyant à des recettes, tandis qu'un autre manifestant un intérêt pour le design d'intérieur se verra recommander plus d'idées sur l'ameublement ou sur des projets de bricolages à réaliser soi-même.

Bien que Pinterest propose certaines fonctionnalités permettant aux utilisateurs d'interagir entre eux telles que la messagerie, les commentaires et le système d'abonnement, la communication entre utilisateurs n'est pas l'objectif premier du service. Au contraire, ces fonctionnalités sont toutes au service de la mission de Pinterest à savoir permettre la découverte et l'inspiration.

Pinterest est un service gratuit monétisé par la vente de publicité en ligne. Pinterest propose une gamme de produits publicitaires, notamment basée sur la promotion des marques et le suivi de performance des campagnes publicitaires. Sur Pinterest, les entreprises de toutes tailles et de nombreux secteurs peuvent atteindre un ensemble d'objectifs variés, allant du développement de la notoriété d'une marque à l'augmentation du trafic en ligne, en passant par la stimulation des ventes.

Pinterest Europe Limited, une société irlandaise, est le fournisseur du service aux utilisateurs en France. Le siège social est situé à l'adresse suivante : Palmerston House 2nd Floor ; Fenian Street ; Dublin 2 ; Dublin, Irlande. Sa filiale, Pinterest France SAS, lui fournit des services de localisation et de marketing en France. Son siège se situe située 18 Boulevard Malesherbes ; 75008 Paris. *[CONFIDENTIEL]*

III. Politiques de Pinterest en matière de désinformation

La mission de Pinterest consiste à donner à chacun l'inspiration nécessaire pour créer un mode de vie auquel il aspire. Pinterest développe et applique des politiques de contenu conçues pour cultiver une communauté sûre, bienveillante et inspirante, où les utilisateurs peuvent trouver des idées qu'ils concrétiseront dans leur vie réelle et faire naître l'inspiration à propos de ce qu'ils vont pouvoir essayer, cuisiner, porter, ou faire par la suite. Pinterest a de solides lignes directrices, élaborées en collaboration avec des experts en la matière, qui décrivent ce qui est permis sur Pinterest et ce qui ne l'est pas. Ces lignes directrices sont clairement communiquées aux utilisateurs et appliquées par le biais de systèmes de modération de contenus mis en place par Pinterest, comme détaillé ci-dessous.

Parmi les contenus préjudiciables, Pinterest s'engage à prévenir, à identifier, et à supprimer des contenus erronés ou trompeurs et les groupes qui les créent ou les diffusent. Les politiques de Pinterest concernant la désinformation ne diffèrent pas selon les zones géographiques, et s'appliquent à tous les utilisateurs. Pinterest ne fait pas d'exception pour les personnalités publiques, les politiciens ou d'autres utilisateurs.

Pinterest s'efforce d'identifier, de limiter la diffusion ou de désactiver les contenus préjudiciables de sa plateforme conformément à ses politiques de contenus et ses pratiques de modération en constante évolution pour s'adapter aux nouveaux comportements et tendances afin de créer un espace plus sûr pour les utilisateurs.

Dans le cadre du processus d'inscription, les utilisateurs acceptent les Conditions d'utilisation de Pinterest, disponibles à l'adresse https://policy.pinterest.com/fr/terms-of-service pour les utilisateurs individuels, et https://business.pinterest.com/fr/business-terms-of-service/ pour les utilisateurs professionnels. Dans le cadre de ses Conditions d'utilisation, Pinterest inclut également le Guide pour la communauté que les utilisateurs acceptent de respecter (disponibles à l'adresse https://policy.pinterest.com/fr/community-guidelines).

Le Guide pour la communauté de Pinterest est rédigé en des termes aisément compréhensibles et comprend une section bien visible intitulée « Désinformation » qui interdit clairement tout type de mésinformation, désinformation ou information malveillante sur Pinterest. Plusieurs types de désinformations interdites sont mis en évidence, comme par exemple les allégations concernant la santé non étayées par des preuves médicales, telles que les conseils anti-vaccination ou les faux traitements ; les

contenus audios ou visuels manipulés, également désignés sous le vocable « deepfakes » ; des informations erronées ou trompeuses qui nuisent à l'intégrité des élections, qui mettrait en cause la légitimité des résultats d'élections ou entraveraient la participation à la vie civique ; ou encore la désinformation climatique :

Désinformation

Pinterest n'est pas un support autorisant la mésinformation, la désinformation ou l'information malveillante et n'est pas un lieu pour les personnes ou les groupes qui la diffusent ou la créent. Nous supprimons ou limitons la diffusion de contenu erroné ou trompeur susceptible de nuire au bien-être, à la sécurité ou à la confiance des utilisateurs ou du public, notamment :

Pinterest a été l'une des premières plateformes à mettre en œuvre une politique interdisant la désinformation médicale, y compris les renseignements erronés sur les vaccins, en 2017. Elle a également interdit les publicités politiques depuis 2018. Pinterest est également la seule plateforme à avoir clairement défini des lignes directrices contre la diffusion d'informations erronées ou trompeuses sur le changement climatique, y compris les théories du complot, à travers les contenus et les publicités.

A. Spam

Le Guide pour la communauté de Pinterest contient également une section bien visible intitulée « Spam » qui interdit divers comportements liés à la diffusion de volumes élevés de contenu indésirables.

Spam

Nous voulons que l'inspiration et les idées que les membres trouvent sur Pinterest soient de haute qualité et utiles, c'est pourquoi nous éliminons le spam lorsque nous en trouvons. Nous vous demandons d'être attentif aux expériences des autres membres sur Pinterest et de ne pas propager de spam ni publier de contenu indésirable.

Les règles relatives aux spams de Pinterest interdisent notamment: la création ou l'enregistrement de contenus répétitifs, trompeurs ou non pertinents dans le but de

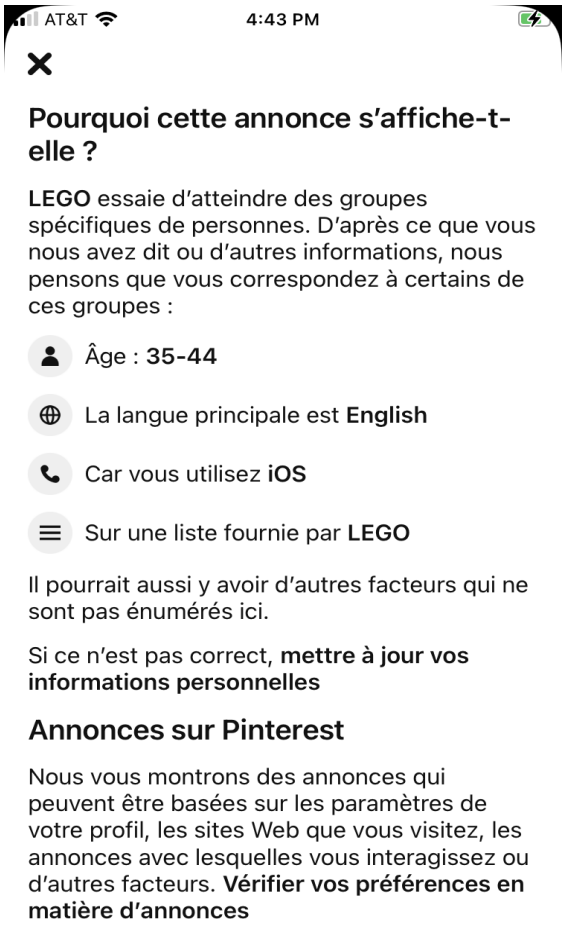
gagner de l'argent ; la création ou l'exploitation de faux comptes, ou la création de comptes en masse ; l'établissement de liens dirigeant vers des sites Internet dangereux, trompeurs ou non fiables ; l'envoi de messages répétés et non sollicités ; la formulation de commentaires répétitifs ou non pertinents ; l'exploitation de plusieurs comptes ou la collaboration pas avec d'autres personnes dans le but de manipuler la plateforme Pinterest.; et le recours à diverses tactiques malhonnêtes destinées à influencer de manière inappropriée la diffusion, les clics ou d'autres indicateurs, y compris : l'engagement d'achat ou de vente, l'abus de mots-clés non pertinents, la génération de trafic non authentique, la réorientation d'Épingles existantes vers de nouvelles destinations. Pinterest interdit en outre les comptes qui usurpent l'identité d'une personne ou d'une organisation ou qui présentent de manière erronée un lien à une personne ou à une organisation.

B. Publicités trompeuses

Le contenu commercial qui apparaît sur Pinterest est constitué de publicités et de contenus sponsorisés. Les publicités sur Pinterest sont marquées comme telles par les mots « Sponsorisée par » suivis du nom de l'annonceur.

Les publicités sur Pinterest se présentent sous différents formats et peuvent cibler le public de différentes manières. Le Centre d'aide de Pinterest contient des informations détaillées sur les formats d'annonces disponibles, les options de ciblage, la structure de campagne et la diffusion de publicités sur Pinterest :
https://help.pinterest.com/fr/business/guide/becoming-an-advertiser-on-pinterest

Si un utilisateur clique sur le menu « ... » à côté de l'identification d'un annonceur, il verra un message indiquant que la publicité a été placée du fait d'une rémunération financière de la part de l'annonceur. Un autre bouton indique « Pourquoi est-ce que je vois cette annonce ? », et fournit des informations sur la raison pour laquelle l'utilisateur a été ciblé dans l'audience de cette publicité.



Différents paramètres sont disponibles pour les préférences publicitaires dans la section « Confidentialité et Données » du menu Paramètres de l'utilisateur. Ces paramètres permettent à l'utilisateur de choisir si Pinterest sera personnalisé grâce aux informations provenant d'autres sites internet ou plateformes tierces ; si les partenaires publicitaires de Pinterest peuvent fournir à Pinterest des informations sur l'activité hors Pinterest de l'utilisateur afin de diffuser des publicités plus pertinentes ; si les suggestions d'annonces à propos de qui s'affichent sur d'autres plateformes, sites ou applications sont améliorées à l'aide d'informations sur leurs activités sur Pinterest ; et si Pinterest partage des informations sur l'activité de l'utilisateur sur Pinterest dans le cadre de rapports de performance publicitaire. Ces paramètres sont décrits plus en détail dans l'article suivant du Centre d'aide :
https://help.pinterest.com/fr/article/edit-personalization-settings

Les lignes directrices de Pinterest contre la désinformation s'appliquent aux contenus rémunérés ainsi qu'aux contenus organiques (gratuit), et les publicités sont également assujetties à des politiques supplémentaires. Les annonceurs doivent se conformer aux

Règles publicitaires de Pinterest (disponible à l'adresse suivante : https://policy.pinterest.com/fr/advertising-guidelines), qui stipulent que les publicités ne peuvent contenir de contenus ou d'images erronés ou trompeurs. En particulier, les Règles publicitaires interdisent les publicités qui portent atteinte à l'intégrité d'une élection ou qui donnent une représentation erronée des causes et des impacts du changement climatique et des solutions pour y remédier. Pinterest interdit également toute forme de publicités relatives aux campagnes politiques, y compris des annonces relatives aux candidats politiques, aux partis politiques, aux référendums, aux votes ou à la législation ou aux produits liés à des candidats politiques, des partis ou des élections :

Campagnes politiques

Nous n'autorisons pas les annonces pour :

- L'élection ou la défaite de candidats politiques se présentant à des fonctions officielles, y compris le financement de candidats ou de partis politiques.
- Les partis politiques ou les comités d'action
- Les questions politiques ayant pour but d'influencer une élection
- La législation, y compris des référendums ou des votes
- Les produits liés à des candidats politiques, des partis ou des élections

[CONFIDENTIEL]

Dans une section intitulée « Soyez respectueux avec votre cible », les Règles publicitaires identifient également certains types de mots-clés sensibles qui ne sauraient être utilisés par les annonceurs pour cibler les utilisateurs, y compris, entre autres, les mots-clés relatifs à l'origine raciale ou ethnique, à la religion, à l'orientation sexuelle ou à l'identité de genre, ou à l'affiliation politique. Les annonceurs s'apercevront que ces mots-clés sont bloqués lors de la sélection de leurs options de ciblage.

Le Guide pour la communauté de Pinterest comprend également un ensemble de Lignes directrices sur les partenariats rémunérés pour les Créateurs, qui exigent que tous les partenariats rémunérés doivent révéler la nature commerciale de leur contenu. Les lignes directrices des partenariats rémunérés définissent le partenariat rémunéré de manière générale, de manière à inclure tout contenu sponsorisé ou de marque sur Pinterest qui promeut un partenaire commercial ou est influencé par celui-ci un échange

d'une contrepartie, qui peut être un paiement ou toute autre incitation. Les partenariats rémunérés peuvent être identifiés au moyen d'une mention (telle que #annonce) dans l'image ou la description de l'Épingle, ou en utilisant l'outil de partenariat rémunéré de Pinterest, qui permet à l'utilisateur d'afficher la mention d'une marque ou d'une société avec laquelle il a un partenariat.

De plus amples informations sur l'outil de partenariat rémunéré de Pinterest sont disponibles ici :
https://help.pinterest.com/fr/business/article/paid-partnerships-for-creators

Pour appliquer ces politiques, Pinterest examine le contenu des publicités ainsi que les pages auxquelles elles renvoient. *[CONFIDENTIEL]*

Les publicités qui ne sont pas conformes aux lignes directrices de Pinterest seront rejetées, et Pinterest peut également supprimer la capacité d'un compte à diffuser de la publicité ou désactiver le compte pour avoir violé les politiques de Pinterest. Lorsqu'une publicité ou un compte d'annonceur a été désactivé, l'annonceur en est informé et a la possibilité de former un recours Si la décision fait l'objet d'un recours, les examinateurs réexamineront manuellement le contenu et prendront une décision finale, et l'annonceur sera informé du résultat du recours par courrier électronique.

IV. Mesures prises par Pinterest contre la désinformation

Comme détaillé dans les présentes, Pinterest lutte contre la désinformation en combinant les signalements d'utilisateur, des outils automatisés de modération de contenus et en adoptant une approche hybride qui conjugue un examen à la fois manuel et automatisé.

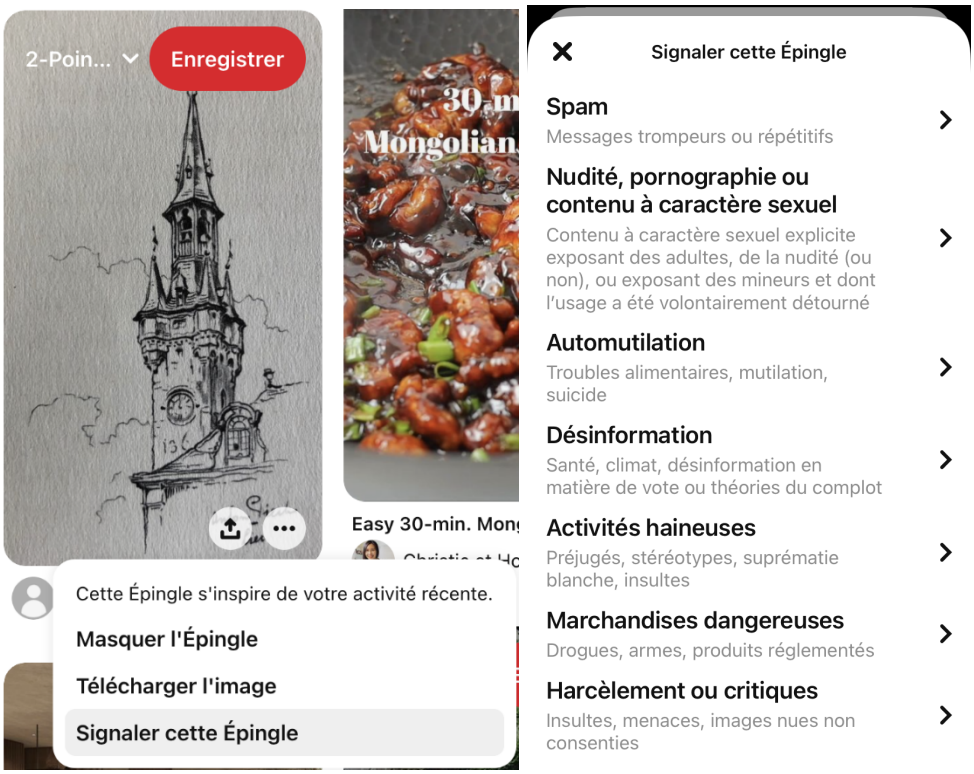
A. Signalement d'utilisateur

Tou(te)s les Épingles, tableaux, liens, messages et commentaires sur Pinterest peuvent être signalés à l'équipe de modération de Pinterest comme de la désinformation ou du spam par l'intermédiaire d'un processus de signalement intégré, ou d'un formulaire en ligne accessible par quiconque, qu'il s'agisse ou non d'un utilisateur de Pinterest.

L'outil de signalement intégré de Pinterest est disponible sur toutes les versions de Pinterest (web, iOS ou Android), et peut être consulté via le menu « ... » de chaque Épingle, soit via la page d'accueil permettant de voir en petit format de nombreuses

Épingles (par exemple sur la page d'accueil, ou dans les résultats de recherche) soit en vue rapprochée (c'est-à-dire lors de la consultation d'une seule Épingle).

Après avoir cliqué sur « ... », l'utilisateur se voit présenter un menu qui inclut « Signaler une Épingle ». Ensuite, l'utilisateur sélectionne la raison de son signalement.



Si l'utilisateur sélectionne « Désinformation : Santé, climat, désinformation en matière de vote ou théories du complot » comme raison de son signalement, il est invité à choisir un type de désinformation, en choisissant soit la désinformation médicale, soit la désinformation sur la participation à la vie civique, soit la désinformation sur le climat, soit une théorie du complot :

Pinterest

Signaler cette Épingle

Il s'agit de désinformation médicale >

Il s'agit de désinformation sur la participation civique >

Il s'agit de désinformation sur le climat >

Il s'agit d'une théorie du complot >

Retour

En fonction du type de désinformation qu'il sélectionne, l'utilisateur reçoit une explication des types de contenu que Pinterest supprime ou ne supprime pas dans cette catégorie.

Pour la désinformation médicale, la page indique :

Signaler de la désinformation médicale ?

Ce que nous supprimons :

- Les faux traitements contre le cancer et autres maladies terminales
- Conseils anti-vaccination

Ce que nous autorisons :

- Conseils pour l'utilisation de thés, d'huiles ou d'herbes pour améliorer le sommeil
- Contenu sur une alimentation saine, y compris des purifiants et compléments

Pinterest

En cas de désinformation sur la participation à la vie civique, la page indique :

Signaler de la désinformation sur la participation civique ?

Ce que nous supprimons :

- Désinformation en matière de vote et de recensement
- Fausses informations sur les élections ou l'actualité, destinées à tromper délibérément

Ce que nous autorisons :

- Désaccords sur les politiques publiques

Pour la désinformation sur le climat, la page indique :

Signaler de la désinformation sur le climat ?

Ce que nous supprimons :

- La négation de la réalité des changements climatiques
- Les fausses informations concernant des événements météorologiques extrêmes

Ce que nous autorisons :

- Les conseils sur la durabilité

Pour les théories du complot, la page indique :

Signaler des théories du complot ?

Ce que nous supprimons :

- Théories du complot fondées sur la haine, comme le déni de l'Holocauste
- Complots sur des personnes ou des lieux particuliers

Ce que nous autorisons :

- Histoires de fantômes
- Théories sur les OVNI

L'utilisateur clique ensuite sur « Signaler » pour finaliser son signalement.

Bien que cet outil de signalement soit uniquement disponible pour les utilisateurs ayant un compte Pinterest, toute personne peut signaler quelque chose sans être connecté à Pinterest en utilisant le formulaire de contact disponible dans le Centre d'aide Pinterest (https://help.pinterest.com/fr/contact), ce qui est similaire au processus de signalement intégré. De plus, en août 2023, Pinterest a lancé un formulaire permettant aux utilisateurs et au grand public, au sein de l'Union-Européenne, de signaler un contenu qu'ils estiment illégal en vertu de la législation des Etats membres. Pinterest examine également les signalements reçus par courriel et par d'autres moyens.

La majorité des contenus signalés à Pinterest via l'outil de signalement intégré ou le Centre d'aide sont examinés manuellement par une équipe d'agents qui fonctionne 7 jours sur 7 (comme indiqué dans la Section IV.B. ci-dessous, certains signalements sont traités par des outils automatisés). Si le contenu est considéré comme une violation du Guide pour la communauté de Pinterest, Pinterest peut supprimer le contenu, limiter sa diffusion en le retirant des résultats de recherche et des contenus recommandés, ou le bloquer complètement, en fonction du préjudice qu'il cause. Lorsqu'un contenu enfreint nos politiques, nous prenons les mesures appropriées à son encontre au niveau mondial, par ailleurs dans la plupart des cas, notre Guide pour la communauté interdit déjà les contenus prohibés au sein de l'Union-Européenne. Dans le cas où nous déterminons que le contenu viole la loi nationale mais ne viole pas pour autant les lignes directrices de Pinterest, nous supprimons le contenu localement en le bloquant dans le pays en question.

Pinterest peut également prendre des mesures contre les comptes, les individus et les groupes qui créent ou diffusent des contenus préjudiciables. Pour chaque signalement qui sera examiné manuellement, les examinateurs formés vérifient un échantillon des autres contenus de l'utilisateur en plus du contenu faisant initialement l'objet d'un signalement. Si d'autres contenus sont jugés comme étant préjudiciables, les tableaux de l'utilisateur ou son compte peuvent être désactivés ou supprimés des résultats de recherche et des contenus recommandés.

En août 2023, Pinterest a lancé son Centre de signalements et d'infractions, une interface en ligne interne où les utilisateurs peuvent accéder au suivi du traitement des contenus qu'ils ont signalés en raison d'une violation des politiques de Pinterest ou de la législation des États membres de l'Union-Européenne. Ils peuvent aussi accéder au traitement des contenus qu'ils ont enregistré et qui ont fait l'objet d'un signalement. Les

utilisateurs peuvent, en utilisant ce Centre de signalements et d'infractions, avoir connaissance des détails tels que la date et l'heure des actions prises sur le contenu, le type de mesures prises et leurs fondements, issus des politiques de Pinterest. Ils peuvent également l'utiliser pour former un recours dans les 6 mois suivant la notification de la décision de modération du contenu par Pinterest.

B. Outils automatisés

En plus de l'examen manuel décrit ci-dessus, Pinterest désactive les Épingles à l'aide d'outils automatisés, ainsi que par une approche hybride qui combine des éléments des deux approches.

Pinterest utilise des outils automatisés, basés sur les dernières techniques de modélisation et des données constamment actualisées, qui utilisent une combinaison de facteurs pour identifier et modérer des contenus potentiellement contrevenants. Les modèles d'apprentissage automatique de Pinterest attribuent des scores à chaque image ajoutée à la plateforme et, à l'aide de ces scores, ses outils automatisés visent à appliquer la même décision d'exécution à d'autres Épingles contenant les mêmes images.

Pinterest utilise les dernières techniques de modélisation et améliore continuellement ses modèles en ajoutant de nouvelles données et en explorant de nouvelles avancées techniques pour maintenir ou améliorer leur performance au fil du temps afin de traiter efficacement des contenus préjudiciables. Avant de lancer un modèle d'apprentissage automatique, Pinterest évalue la performance de ce modèle à travers des analyses hors-ligne et des expériences en ligne. Pinterest examine un certain nombre de mesures pour examiner sa performance, y compris sa précision et sa fréquence.

Les désactivations hybrides visent celles pour lesquelles un humain détermine qu'une Épingle viole la politique, et où les systèmes automatisés aident à élargir cette décision pour l'appliquer aux Épingles correspondantes identifiées par une machine.

Les mécanismes utilisés pour traiter les différentes violations potentielles des politiques peuvent varier en fonction de l'état de la technologie disponible, du volume de contenus contrevenants et d'autres facteurs tels que la complexité de l'évaluation. Pinterest continue de développer et de faire évoluer ses outils et espère d'autres améliorations à l'avenir.

C. Recours contre les décisions de modération des contenus

Les utilisateurs de Pinterest sont libres de s'exprimer et d'inspirer les autres utilisateurs sur notre plateforme sous réserve de respecter notre Guide pour la communauté, qui fournit des garde-fous en indiquant le type de contenus et de comportements autorisés sur Pinterest dans un objectif de sécurité des utilisateurs et d'intérêt général. Bien que certains utilisateurs puissent être en désaccord avec les politiques que nous avons établies, pour Pinterest, la sécurité des utilisateurs est essentielle. Nous avons néanmoins pris soin d'intégrer des subtilités dans nos systèmes de modération permettant de garantir la prise en compte du contexte et la bonne compréhension de la situation dans l'examen des contenus. Les utilisateurs ont également la possibilité de former un recours s'ils ne sont pas d'accord avec nos décisions de modération.

Si un contenu signalé est désactivé par Pinterest, l'utilisateur qui a sauvegardé le contenu est informé par courriel de la suppression. Ce courriel contient des informations sur les politiques de Pinterest qui ont été violées et sur la manière de former un recours contre la décision.

Si un utilisateur forme un recours contre une décision, nous réexaminerons le contenu et prendront une décision finale. L'utilisateur sera informé par courriel du résultat du réexamen.

Les utilisateurs concernés peuvent également former un recours par l'intermédiaire du Centre d'aide Pinterest accessible par le lien suivant https://help.pinterest.com/fr/contact. Le même processus décrit ci-dessus est suivi pour les recours formés par l'intermédiaire du Centre d'aide.

D. Partenariats pour la sécurité des contenus

Bien que Pinterest dispose d'outils robustes pour lutter contre la désinformation, nous sommes conscients que cet effort est complexe et en constante évolution. C'est pourquoi Pinterest travaille avec d'autres acteurs du secteur ainsi qu'avec des organisations d'experts, des agences gouvernementales et des organisations à but non lucratif spécialisées dans la lutte contre la manipulation de l'information en matière de santé et de climat afin de tirer parti de leur expertise, de recueillir leurs commentaires sur les initiatives de Pinterest et de les intégrer aux outils de Pinterest.

Ces collaborations comprennent le partenariat de Pinterest avec Graphika, un cabinet de premier plan spécialisé dans l'analyse de réseaux sociaux. Graphika tire parti de l'intelligence artificielle pour étudier l'écosystème des réseaux sociaux, cartographier les relations structurelles entre les acteurs et segmenter ces réseaux complexes en fonction des modèles de relations. Graphika compte parmi ses clients de multiples plateformes telles que Facebook, Instagram et Google, ce qui l'aide à repérer les informations erronées dans l'ensemble de l'écosystème en ligne.

Grâce à son partenariat avec Graphika, Pinterest reste informé des tendances en matière de désinformation sur d'autres plateformes et a développé des cycles de travail pour intégrer l'analyse de Graphika afin de supprimer les fausses informations et de permettre à Pinterest d'atténuer les risques et ce, avant même que les fausses informations ne se retrouvent sur Pinterest.

Nous participons aussi régulièrement, individuellement et collectivement avec d'autres plateformes en ligne, à des discussions avec les parties prenantes sur les développements clés dans ce domaine. Par exemple, nous sommes membres du « Digital Trust & Safety Partnership », qui rassemble plusieurs entreprises de premier plan issues du secteur de la technologie qui se sont engagées à développer un certain nombre de bonnes pratiques dans le secteur et à fournir des évaluations tierces objectives et mesurables des pratiques des membres en matière de confiance et de sécurité. Le « Partnership » collabore avec les défenseurs des consommateurs et des utilisateurs, les décideurs politiques, les forces de l'ordre, les ONG concernées et divers experts du secteur.

V. Mesures prises par Pinterest sur des problématiques spécifiques

Bien que les politiques de désinformation et les pratiques de modération de contenus de Pinterest soient conçues pour s'attaquer à divers types de désinformation et à d'autres formes de contenus préjudiciables, nous avons également lancé plusieurs initiatives pour lutter de manière anticipée contre certains risques de désinformation spécifiques, notamment la désinformation concernant le changement climatique, la guerre en Ukraine, la pandémie de COVID-19 et les élections en France ou ailleurs.

A. Désinformation climatique

En avril 2022, Pinterest a annoncé une politique de large envergure contre la désinformation sur le climat afin de supprimer de la plateforme les fausses affirmations et autres contenus trompeurs à propos du changement climatique. En vertu de cette politique, nous interdisons tout contenu qui nie aussi bien l'existence ou les impacts du

changement climatique, l'influence humaine sur ce dernier ou le fait que le changement climatique fasse l'objet un consensus scientifique. Cette interdiction s'étend aux contenus qui présentent de manière erronée des données scientifiques, par omission ou par « une sélection choisie » d'informations, ainsi qu'à tout contenu préjudiciable, faux ou trompeur concernant des situations d'urgence en matière de sécurité publique, telles que les catastrophes naturelles et les phénomènes météorologiques extrêmes. Pinterest est la seule grande plateforme numérique à disposer de lignes directrices aussi claires en matière d'informations fausses ou trompeuses concernant le changement climatique, incluant les théories du complot, lesquelles s'appliquent à la fois aux contenus et aux publicités. Le communiqué complet peut être consulté via le lien suivant : https://newsroom.pinterest.com/en/post/combating-climate-misinformation-on-pinterest.

Pinterest a été reconnu par des experts externes et des activistes comme un leader du secteur dans la lutte contre la désinformation climatique. En septembre 2023, Climate Action Against Disinformation (CAAD), une coalition de plus de 50 groupes environnementaux, agences de publicité et autres organisations, a publié un rapport évaluant les principales plateformes en ligne en fonction de divers paramètres liés à la désinformation climatique. Selon l'analyse de la CAAD, Pinterest s'est montrée être la plateforme la plus performante, en comparaison avec d'autres plateformes telles que Meta, TikTok, YouTube et X/Twitter. La CAAD a noté en particulier que Pinterest est la seule plateforme qui définit la désinformation climatique en détail dans ses directives pour la communauté, et a également félicité Pinterest d'avoir interdit la monétisation de la désinformation climatique et d'avoir cherché à protéger les données personnelles des personnes qui protestent contre les combustibles fossiles : https://caad.info/wp-content/uploads/2023/09/Climate-of-Misinformation.pdf

B. La guerre en Ukraine

Lorsque la Russie a envahi l'Ukraine en février 2022, Pinterest a agi rapidement pour lutter contre la désinformation potentielle concernant le conflit.

[CONFIDENTIEL]

C. Protéger l'intégrité des élections

Bien que la plupart des utilisateurs ne se rendent pas sur Pinterest pour se tenir au courant de l'actualité ou de la politique, la plateforme peut être un lieu d'information sur de nombreux sujets, y compris sur les élections ou la façon de voter. Comme mentionné précédemment, Pinterest applique depuis longue date des politiques contre la désinformation sur la participation à la vie civique, et interdit depuis 2018 les

publicités politiques. De plus, son Guide pour la communauté s'applique indistinctement à l'ensemble de ses utilisateurs, y compris aux politiciens et autres personnalités publiques. En mars 2022, Pinterest avait annoncé, en amont des élections présidentielles en France (et dans plusieurs autres pays), qu'elle mettrait en place des mesures supplémentaires pour protéger l'intégrité électorale sur la plateforme.

Avant l'élection, lorsque des Utilisateurs dans ces pays recherchaient des mots clés comme « vote » ou « élections », ils voyaient s'afficher le message suivant : « Si vous recherchez des informations sur les élections de 2022, y compris comment et où voter, veuillez-vous rendre sur un site Web officiel », les utilisateurs français se voyant alors redirigés vers le site du Ministère de l'Intérieur. En outre, Pinterest n'affiche aucune publicité lorsque les utilisateurs recherchent des mots clés communs liés aux élections comme les noms de candidats, « bureaux de vote » ou « vote ».

Enfin, afin de s'assurer que Pinterest reste un lieu d'inspiration et de positivité, Pinterest avait, à l'approche des élections, limité les recommandations pour les contenus liés aux élections dans des endroits comme la page d'accueil, les Épingles similaires, les notifications ou la section « plus d'idées » au sein d'un tableau.

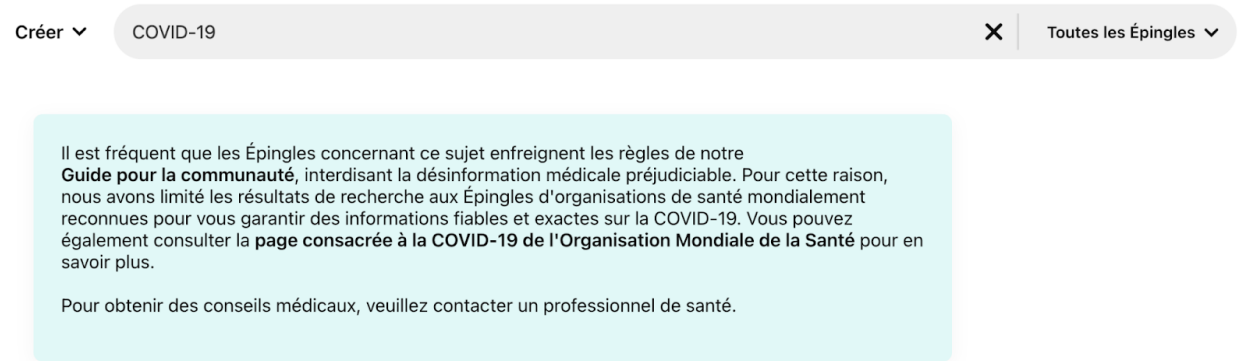
De plus amples informations sur ces mesures sont disponibles à l'article suivant du Centre d'aide : https://newsroom.pinterest.com/fr/post/pinterest-agit-pour-lintegrite-des-elections-en-france-en-australie-aux-philippines-et-au

D. La pandémie de COVID-19

Comme indiqué précédemment, depuis 2017, Pinterest a spécifiquement interdit la désinformation médicale, y compris des informations fausses ou trompeuses sur les vaccins. Par conséquent, il n'a pas été nécessaire d'adapter son processus de signalement aux risques de désinformation associés à la pandémie de COVID-19, tels que la désinformation sur le vaccin et les allégations mensongères ou trompeuses concernant les traitements, étant donné que Pinterest proposait déjà la « désinformation médicale » comme motif de signalement. Pinterest a toutefois continué de développer et d'améliorer ses outils de modération de contenu dans le contexte de la pandémie. Elle a également mis en place plusieurs mesures préventives afin de promouvoir des informations fiables sur la COVID-19 auprès de ses utilisateurs.

À partir de 2020, les utilisateurs qui recherchaient « vaccins contre la Covid-19 » ou des termes associés se sont vu présenter par Pinterest uniquement des informations

provenant de l'Organisation mondiale de la santé, de Centres pour le contrôle et la prévention des maladies, et l'Académie américaine de pédiatrie.



Pinterest a également intégré à son onglet « Aujourd'hui », une nouvelle source d'inspiration qui présente chaque jour une sélection de thèmes choisis et des meilleures épingles du moment, des informations de ces autorités de santé publique. En outre, Pinterest a pris des mesures contre les menaces spécifiques, comme la recherche préventive et la désactivation du contenu associé au film complotiste « Plandemic », et la suspension des utilisateurs violant sa politique de désinformation médicale, comme le célèbre théoricien du complot anti-vaccins, Larry Cook.

En 2021, alors que les vaccins contre la COVID-19 sont devenus plus disponibles, Pinterest a poursuivi son engagement pour s'assurer que le contenu relatif au vaccin contre la COVID-19 sur Pinterest soit fiable et digne de confiance. Pinterest a intensifié ses efforts en collaboration avec des autorités tels que des établissements de santé, des médecins et des organisations communautaires afin de mettre en évidence le contenu d'experts concernant la COVID-19 et les vaccins, y compris en partenariat avec l'Association for Healthcare Social Media (AHSM), une organisation de professionnels de la santé aux États-Unis, afin de créer et de promouvoir le contenu de Pinterest pour sensibiliser les utilisateurs sur l'importance de la vaccination contre la COVID-19 et dissiper les mythes ; offrir des médias payants, des ressources créatives et un soutien aux organisations médicales au service des communautés sous-représentées afin d'amplifier et de rehausser des ressources fiables de tiers liées à la COVID sur Pinterest ; fournir des médias payants à l'AdCouncil à l'appui de sa campagne de sensibilisation au vaccin contre la COVID-19 ; et montrer du contenu faisant autorité sur la COVID-19 émanant de l'AHSM et de l'AdCouncil sur l'onglet « Aujourd'hui ». De plus amples détails sur ces initiatives sont disponibles à l'article suivant de Pinterest Newsroom :

https://newsroom.pinterest.com/en/post/pinterest-announces-new-initiatives-to-fight-against-covid-19-vaccine-misinformation

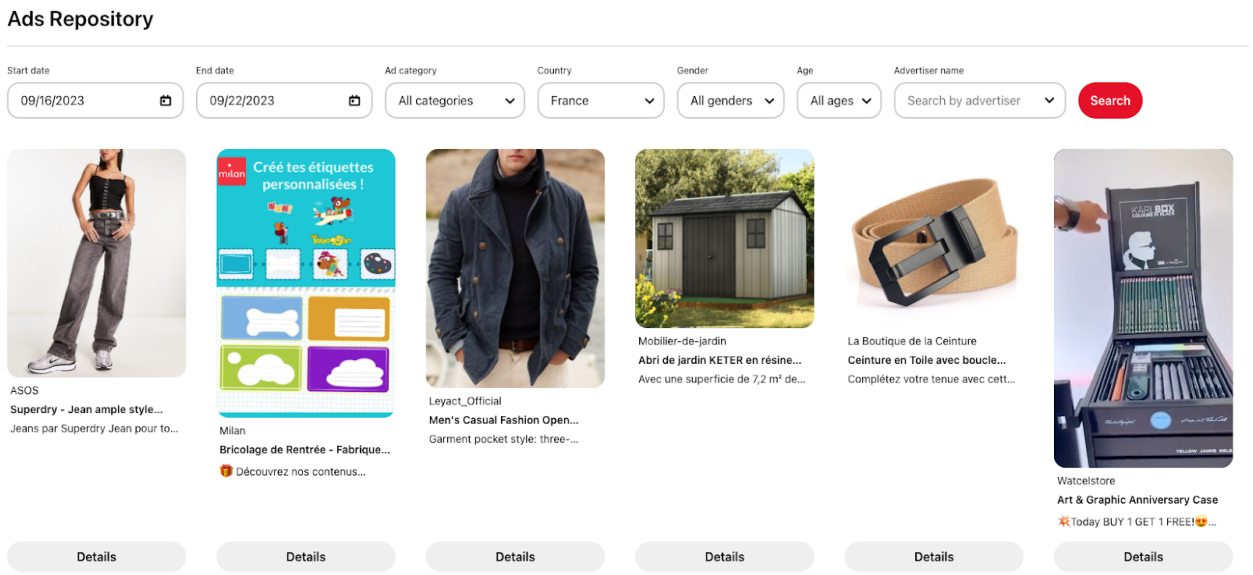
VI. Mesures mises en œuvre par Pinterest pour promouvoir la transparence

Pinterest s'efforce de fournir aux utilisateurs, aux médias et aux autres interessés des informations claires et accessibles sur les mesures qu'elle prend pour faire face au risque de désinformation. Comme mentionné ci-dessus, le Guide pour la communauté et les Règles publicitaires de Pinterest sont rédigées en des termes aisément compréhensibles et sont facilement accessibles sur le site internet de Pinterest.

Pinterest publie également depuis 2013 un rapport semestriel sur la transparence. Développé en 2020, le rapport sur la transparence de Pinterest fournit régulièrement des informations sur ses efforts pour modérer le contenu, le nombre d'infractions des politiques et de désactivations sur la plateforme, ainsi que sur le volume d'informations et les demandes de désactivation que Pinterest reçoit de la part des organismes publics et des autorités chargées de l'application des lois. Le rapport sur la transparence est divisé en fonction de différentes catégories de contenus interdits, y compris la désinformation civique, la désinformation climatique, la désinformation médicale et les théories du complot. Le dernier rapport sur la transparence de Pinterest est disponible ici : https://policy.pinterest.com/fr/transparency-report

Il est également possible de consulter les archives des anciens rapports de transparence de Pinterest est accessible ici :
https://help.pinterest.com/fr/guide/transparency-report-archive

En plus de notre rapport de transparence général, nous entreprendrons plusieurs nouvelles initiatives de transparence dans le cadre de la mise en œuvre DSA, y compris la publication des rapports de transparence semestriels en vertu des articles 15, 24 et 42, la communication des exposés des motifs des décisions de Pinterest en vue de leur inclusion dans une base de données de la Commission européenne en vertu de l'article 24, paragraphe 5, et une collaboration avec des chercheurs agréés en vertu de l'article 40. En outre, conformément à l'article 39, Pinterest a lancé un référentiel public et consultable concernant publicité diffusée au sein de l'Union-Européenne au cours des 12 derniers mois, qui comprend des informations sur l'annonceur, le nom de la personne ou de l'entreprise qui a payé la publicité (si elle est différente de l'annonceur), des informations sur la campagne de publicité, des paramètres de ciblage et lesdestinataires du service atteint :
https://ads.pinterest.com/ads-repository/

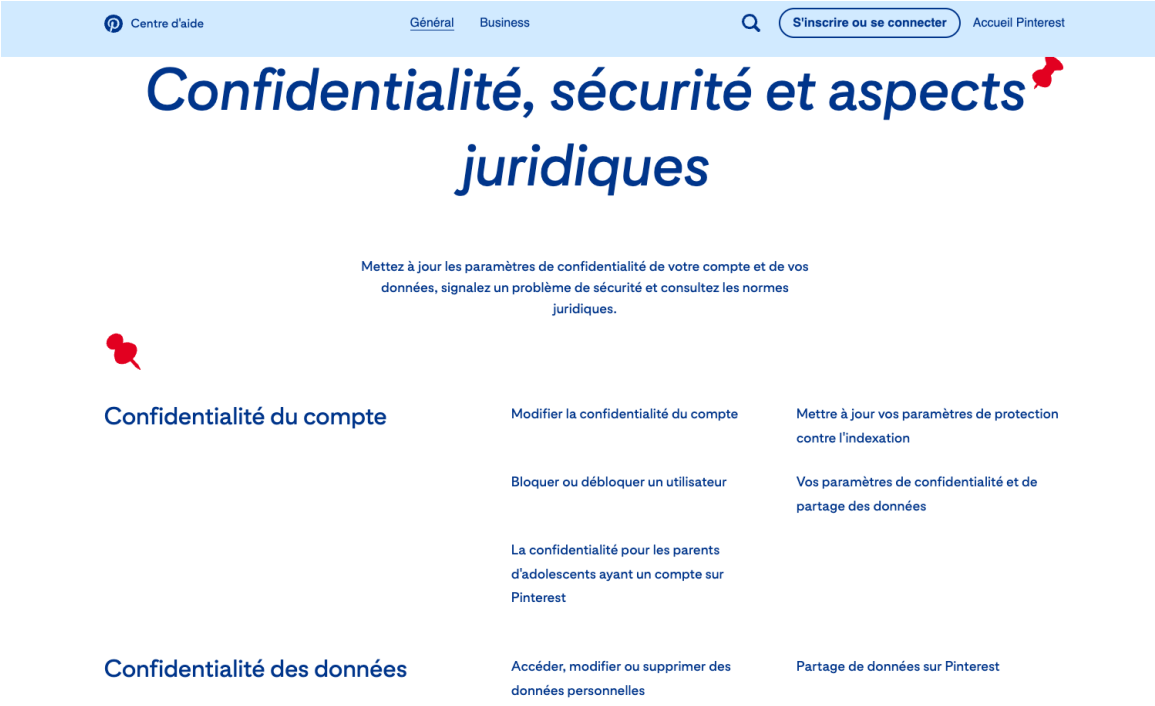


En outre, Pinterest partage régulièrement des mises à jour concernant les modifications apportées à ses produits et politiques via les pages Pinterest Newsroom, Business Blog et Pinterest Engineering, qui sont disponibles sous les liens suivants :
https://newsroom.pinterest.com/fr/news
https://business.pinterest.com/fr/blog/
https://medium.com/pinterest-engineering

Le blog Pinterest Engineering dispose d'une section entièrement dédiée à la « Confiance et sécurité », lequel contient un article détaillé sur la manière dont Pinterest utilise les dernières avancées dans l'apprentissage automatique pour lutter contre la désinformation et ceux qui ont l'intention de la diffuser, ainsi que contre d'autres contenus préjudiciables :
https://medium.com/pinterest-engineering/how-pinterest-fights-misinformation-hate-speech-and-self-harm-content-with-machine-learning-1806b73b40ef

Enfin, Pinterest met à la disposition de ses utilisateurs un Centre d'aide sur lequel ces derniers peuvent trouver des informations sur divers sujets liés à la plateforme, y compris la manière dont les individus et les entreprises peuvent utiliser Pinterest en toute sécurité. Plus précisément, la section « Confidentialité, sécurité et aspects juridiques » du Centre d'aide contient des articles sur la façon de signaler des contenus préjudiciables sur Pinterest et sur la manière d'accéder aux rapports de transparence de Pinterest :
https://help.pinterest.com/fr/topics/privacy-safety-and-legal

Pinterest



VII. Conclusion

Nous vous remercions à nouveau pour cette opportunité de contribuer au travail essentiel effectué par l'ARCOM pour évaluer l'efficacité des mesures prises par les plateformes en ligne pour lutter contre la désinformation. Pinterest salue la poursuite de l'implication sur cette question et, le cas échéant, se tient à votre disposition pour approfondir ou discuter des points soulevés dans la présente réponse ou toute autre question pouvant intéresser l'ARCOM.

* * *