

## Questionnaire à Pinterest au titre III de la loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information

### PRESENTATION DU SERVICE

Merci d'indiquer :

- le nom du service,
- les nom, raison sociale et domiciliation de la société opératrice,
- le nombre de visiteurs uniques par mois de chaque service en **France** (moyenne mensuelle en **2021** et en **2022**) :

### QUESTIONS SUR LA LUTTE CONTRE LA MANIPULATION DE L'INFORMATION SUR PINTEREST

1. Rappeler la ou les définition(s) des fausses informations (ou de toute notion voisine adoptée) et des phénomènes de manipulation de l'information retenue par Pinterest pour appliquer sa politique de modération en la matière.

#### Gestion des risques systémiques en matière de désinformation

2. Quels sont les premiers enseignements que Pinterest tire de sa mise en conformité avec le règlement européen du 19 octobre 2022 sur les services numériques en matière d'évaluation et d'atténuation des risques systémiques relatifs à la désinformation ?
3. Comment Pinterest articule-t-il sa politique de modération et le respect de la liberté d'expression et de communication sur son service ?
4. Pour quelles raisons Pinterest n'est-il pas signataire du Code européen renforcé de bonnes pratiques sur la désinformation (CED) ?

#### Moyens et mesures en situation spécifique

5. Quelles mesures Pinterest met-il en œuvre pour lutter contre la manipulation de l'information en lien avec :
  - **la guerre en Ukraine,**
  - **le changement climatique,**
  - autres situations spécifiques (à préciser) ?

#### Examen approfondi du placement des publicités

6. Quelles sont les mesures prises par Pinterest pour :
  - empêcher que des communications commerciales soient apposées à côté de fausses informations ou sur les contenus de comptes en propageant massivement ?
  - lutter contre le détournement des systèmes publicitaires pour la publication de fausses informations sous la forme de communications commerciales ?
  - informer les annonceurs des violations commises et leur permettre de faire un recours ?

7. Pinterest coopère-t-il avec des tiers pour prévenir les risques de manipulation de l'information concernant les communications commerciales ?

### Publicités politiques

8. La publicité politique est-elle toujours interdite à tout moment sur Pinterest ? Pinterest intègre-t-il dans cette interdiction la promotion de contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général ?  
*NB : en cas de réponse positive, les questions 9 à 11 sont caduques.*
9. Comment l'utilisateur de Pinterest est-il informé des raisons pour lesquelles il est ciblé par une publicité politique ou un contenu d'information se rattachant à un débat d'intérêt général ayant fait l'objet d'une promotion ?
10. Pinterest prévoit-il de développer une interface (API ou autre) permettant aux utilisateurs et au monde de la recherche d'effectuer des recherches personnalisées sur les contenus politiques et/ou les contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général ayant fait l'objet d'une promotion qui ont été diffusés sur Pinterest et le cas échéant, quelles seraient les conditions d'accès ?
11. Pinterest coopère-t-il avec des tiers pour prévenir des risques de manipulation de l'information concernant les publicités politiques et/ou les contenus d'information se rattachant à un débat d'intérêt général ayant fait l'objet d'une promotion ?

### Intégrité des services

12. Quels moyens Pinterest déploie-t-il pour contrer les techniques, tactiques et procédures (TTPs) entendues telles qu'établies dans le cadre du CED (voir annexe) ? D'autres pratiques de manipulation ont-elles été observées sur Pinterest ?
13. Pinterest coopère-t-il avec d'autres opérateurs pour le partage d'informations relatives aux opérations d'influence « cross-plateformes » ?

### Encapacitation (« empowerment ») des utilisateurs

14. Quels sont les moyens mis en place pour permettre aux utilisateurs d'évaluer la fiabilité des sources d'information rencontrées sur Pinterest ?
15. Pinterest lutte-t-il, et le cas échéant comment, contre la diffusion de fausses informations sur les canaux de diffusion privés disponibles sur le service ?

### Encapacitation (« empowerment ») de la communauté des chercheurs

16. Comment Pinterest compte-t-il permettre au monde de la recherche un accès en temps réel aux données non sensibles de manière anonymisée pour étudier les risques systémiques relatifs à la désinformation sur son service et, le cas échéant, sous quelles conditions ?

17. Pinterest mène-t-il (seul ou avec des chercheurs) des études sur les risques systémiques relatifs à la désinformation sur le service ?

Encapacitation (« *empowerment*») de la communauté de vérification des faits

18. Pinterest recourt-il à des organismes de *fact-checking* externes et indépendants sur le service et le cas échéant, comment préserve-t-il l'éthique et la transparence des règles pour les organismes avec lesquels il a une relation contractuelle ?

**QUESTIONNAIRE COMPLEMENTAIRE – SUIVI ANNUEL**

19. Pinterest est invité à commenter les préconisations formulées par l'Arcom dans son précédent bilan sur la lutte contre la manipulation de l'information (rappel en annexe) et à préciser si des mesures ont été prises à cet égard.
20. Pinterest pourra également faire état de toute autre actualité et toute évolution notable en matière de lutte contre la manipulation de l'information sur son service depuis sa précédente déclaration annuelle.