

# L'UE met la pression sur les réseaux sociaux avant les élections

**L'exécutif européen demande aux géants du net de faire rapport tous les mois, jusqu'aux élections, sur les mesures prises pour lutter contre la désinformation.**

**VINCENT GEORIS**

À quelques semaines des élections européennes, le danger d'une manipulation de l'information, comme ce fut le cas lors de la campagne du Brexit, est de plus en plus grand. La Commission européenne entend s'assurer que les réseaux sociaux prennent les mesures adéquates. Mais les progrès sont insuffisants.

«Le temps des bonnes paroles est révolu», a lancé Mariya Gabriel, la commissaire à l'Économie et la Société numérique, à l'adresse de Google, Facebook, Twitter et Mozilla. Pour la Commission européenne, à quatre mois des élections européennes, il est temps que les géants du net «intensifient leurs efforts» pour lutter contre la désinformation en ligne.

L'exécutif européen présentait mardi un premier bilan du «code de conduite» contre la désinformation signé en octobre dernier avec les grandes entreprises du net.

La Commission européenne «salue» les progrès accomplis dans le contrôle des informations, mais elle estime que c'est encore insuffisant en vue des élections européennes de

2019.

Les actions de Google et consorts se seraient améliorées dans la fermeture des faux comptes et la privation

des revenus des auteurs de désinformations. Mais d'importantes lacunes demeurent.

Facebook est invité à expliquer comment il compte déployer des outils donnant davantage de moyens à ses utilisateurs. Twitter a fermé des faux comptes, mais le réseau social doit en faire plus, notamment contre les «pourvoyeurs irréductibles de désinformation». Google a mis en œuvre des outils, mais ils ne sont pas disponibles dans tous les États de l'UE.

## «Aller plus vite, plus loin»

«Nous devons aller plus loin et plus vite avant l'échéance du mois de mai», renchérit Julian King, le commissaire européen pour l'Union de la sécurité. *Nous ne voulons pas nous réveiller au lendemain des élections et nous rendre compte que nous aurions dû faire davantage.* Concrètement, la Commission européenne réclame des mesures supplémentaires pour assurer la transparence des publicités à caractère politique d'ici le début de la campagne électorale.

«Les signataires sont passés à l'action, par exemple en donnant aux internautes des moyens nouveaux pour obtenir des informations plus détaillées

sur la source d'un article ou d'une publicité», explique Andrus Ansip, vice-président pour le Marché unique numérique, mais ils devraient à présent veiller à ce que ces outils soient accessibles à tous dans l'Union, en contrôler l'efficacité et s'adapter en permanence aux nouveaux moyens utilisés par ceux qui propagent la désinformation. *Il n'y a pas de temps à perdre.*»

## Rapports mensuels

Pour s'assurer que les géants du net avancent, la Commission européenne annonce la publication de rapports mensuels jusqu'en mai, dans lesquels Google, Facebook, Twitter et Mozilla devront détailler les mesures prises pour lutter contre la désinformation.

Fin 2019, la Commission européenne se livrera à une évaluation globale de la première année d'exécution du «code de conduite». Si les efforts des géants du net sont jugés insuffisants, l'Europe prendra des mesures appropriées, y compris par voie réglementaire avertit la Commission.

## «Le temps des bonnes paroles est révolu.»

**MARIYA GABRIEL**  
COMMISSAIRE EUROPÉENNE  
À L'ÉCONOMIE ET LA SOCIÉTÉ  
NUMÉRIQUE