

# L'UE prie les géants du net de contrer la désinformation

**À la veille des élections européennes, les géants du net progressent dans la lutte contre la désinformation. Mais leurs efforts restent insuffisants, selon la Commission européenne.**

**VINCENT GEORIS**

À un mois des élections européennes, l'influence des médias de désinformations et de réinformation sur les réseaux sociaux est plus forte que jamais. Qu'il s'agisse de l'œuvre de trolls ou de médias proches du Kremlin, comme Sputnik News et Russia Today ou de sites d'extrême droite comme, en France et en Belgique francophone Dreuz Info et Boulevard Voltaire. Cette désinformation peut aussi prendre la forme d'une publicité politique déguisée.

**«Il sera nécessaire de poursuivre les améliorations techniques.»**

Pour lutter contre ce phénomène aux visages multiples, la Commission européenne a conclu avec Facebook, Google et Twitter un «code de bonnes pratiques contre la désinformation». Face aux moyens déployés par les auteurs de la désinformation, la réplique est modeste. Mais elle porte des fruits. Les signataires se sont

engagés à rendre compte chaque mois, jusqu'aux élections de mai, des progrès réalisés.

La Commission Juncker a fait état mardi de sa «satisfaction» vu les avancées enregistrées au mois de mars. En effet, «les trois plateformes ont toutes les trois commencé à signaler le caractère politique des publicités qu'elles affichent», affirme la Commission.

## **Facebook ferme des réseaux**

Facebook a communiqué le nombre de faux comptes fermés dans le monde au 1<sup>er</sup> trimestre de 2019 et fait état du démantèlement de huit réseaux à «comportement coordonné non authentique», originaires de la Macédoine du Nord, du Kosovo et de Russie.

## **Faux comptes**

L'exécutif européen constate qu'il reste d'importants efforts à accomplir. «Nous apprécions les efforts déployés par Facebook, Google et Twitter pour accroître la transparence dans la perspective des élections européennes, dit la Commission. Il sera cependant nécessaire de poursuivre les améliorations techniques et de partager les méthodes et les séries de données relatives aux faux comptes afin de permettre aux experts, aux vérificateurs de faits et aux chercheurs de réaliser une évaluation indépendante.»

Google et Twitter, en particulier, n'ont fait aucun progrès en ce qui concerne la transparence des publicités engagées, une question sensible qui suscite de nombreux débats pendant les élections.