



Newsletter IRIS

IRIS 2024-9

Une publication
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel



Éditeur :

Observatoire européen de l'audiovisuel
76, allée de la Robertsau
F-67000 STRASBOURG

Tél. : +33 (0) 3 90 21 60 00

Fax : +33 (0) 3 90 21 60 19

E-mail: obs@obs.coe.int

www.obs.coe.int

Commentaires et contributions : iris@obs.coe.int

Directrice exécutive : Susanne Nikoltchev

Maja Cappello, rédactrice en chef • Sophie Valais, Amélie Lacourt, Justine Radel,
rédacteurs en chef adjoints (Observatoire européen de l'audiovisuel)

Documentation / Contact presse : Alison Hindhaugh

Tél.: +33 (0)3 90 21 60 10

e-mail: alison.hindhaugh@coe.int

Traductions :

Sabine Bouajaja, Observatoire européen de l'audiovisuel (coordination) Paul
Green • Marco Polo Sarl • Nathalie Sturlèse • Brigitte Auel • Erwin Rohwer • Sonja
Schmidt • Ulrike Welsch

Corrections :

Sabine Bouajaja, Observatoire européen de l'audiovisuel (coordination) • Sophie
Valais, et Amélie Lacourt • Aurélie Courtinat • Linda Byrne • Glenn Ford • David
Windsor • Barbara Grokenberger

Montage web :

Coordination : Cyril Chaboisseau, Observatoire européen de l'audiovisuel

ISSN 2078-614X

© 2024 Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg (France)

ÉDITORIAL

Le ciel est gris, les feuilles commencent à tomber, le thé est en train d'infuser et le bulletin d'information IRIS vous attend, avec tous les ingrédients indispensables à une parfaite cure d'informations automnales.

En cette période de l'année, les plateformes sont scrutées à la loupe, puisque les signataires du code de bonnes pratiques rendent compte de leurs efforts pour lutter contre la désinformation ; le régulateur irlandais vérifie quant à lui le respect par plusieurs plateformes des obligations qui leur incombent au titre du règlement sur les services numériques.

Parallèlement, la présence d'influenceurs sur certaines de ces plateformes s'est traduite par des mesures prises au niveau national : le régulateur bulgare a clarifié la nouvelle législation relative aux jeux d'argent et de hasard, tandis que les Pays-Bas font tout leur possible pour protéger les enfants de la publicité diffusée par les influenceurs. Pour ce qui est des plus jeunes encore, l'Italie a décidé de prendre des mesures pour protéger les mineurs des contenus pornographiques en adoptant un règlement sur la vérification de l'âge.

Toutefois, comme vous le savez bien, la protection n'est pas limitée aux jeunes, et l'attention que suscite l'intelligence artificielle se traduit par un nombre toujours plus important de mesures visant à protéger la population dans son ensemble. Depuis l'entrée en vigueur de la législation sur l'intelligence artificielle, une centaine d'entreprises ont signé le pacte sur l'intelligence artificielle lancé par la Commission européenne, bien que certains géants de la technologie, comme X, Meta et Apple, tardent encore à rejoindre les rangs.

Bonne lecture (et bon thé) !

Maja Cappello, rédactrice en chef

Observatoire européen de l'audiovisuel

Table des matières

CONSEIL DE L'EUROPE

Résolution de l'APCE sur la propagande et la liberté d'information en Europe

Cour européenne des droits de l'homme : affaire Gümüş c. Türkiye

UNION EUROPÉENNE

Derniers rapports établis au titre du code de bonnes pratiques contre la désinformation qui détaillent les mesures prises par les plateformes pendant les élections européennes de 2024

Le nouveau pacte de la Commission européenne complémentaire à la Loi sur l'IA de l'UE et son refus de la part de X, Meta et Apple

Arrêt de la CJUE : implications pour la confidentialité des données et la publicité ciblée sur les réseaux sociaux

NATIONAL

[BG] L'Agence nationale des recettes fiscales apporte des précisions sur la nouvelle législation relative à l'interdiction de la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard

[DE] Le FDP débouté de sa demande de participation à une émission électorale du service public de radiodiffusion

[DE] Échec de la fusion entre Super RTL et Nickelodeon en raison de son impact sur le marché publicitaire des enfants

[DE] Le BGH statue sur la licéité de la présentation en ligne d'œuvres protégées en toile de fond de vidéos

[ES] Adoption par le Conseil des ministres du Plan d'action pour la démocratie, lequel prévoit notamment la création d'un registre des médias

[FR] Rejet du recours en référé des chaînes C8, NRJ12 et le Média, contre l'annonce de l'ARCOM annonçant leur non sélection à l'attribution de fréquences de la TNT

[FR] La diffusion du documentaire de l'influenceur Inoxtag enfreint la chronologie des médias

[GB] GB News pourrait faire l'objet de sanctions administratives pour avoir enfreint les dispositions de l'Ofcom en matière d'impartialité

[IE] Examen du respect par les plateformes en ligne du Règlement sur les services numériques de l'Union européenne

[IE] Désignation de la Comisiún na Meán en tant qu'autorité nationale compétente en application du règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne

[IE] L'autorité de régulation irlandaise adopte un code de sécurité en ligne

[IT] Adoption par l'AGCOM d'un projet de règlement sur la vérification de l'âge

[NL] Publication par l'Autorité néerlandaise de protection des consommateurs et du marché de lignes directrices relatives au Règlement sur les services numériques applicables aux fournisseurs de services intermédiaires

[NL] Les régulateurs néerlandais préconisent de nouvelles mesures pour protéger les enfants de la publicité des influenceurs

[NL] Projet de règlement sur l'exonération de l'obligation d'investissement pour les services de médias audiovisuels à la demande

- [NO] Autorité norvégienne des médias : présentation des principales conclusions du code de bonnes pratiques en matière de désinformation
- [PT] Les chaînes de télévision linéaires respectent les mesures d'accessibilité mais les opérateurs de services de vidéo à la demande se montrent moins ambitieux
- [US] Le gouverneur de Californie a opposé son veto au projet de Loi SB 1047 relative à la sécurité des modèles d'Intelligence artificielle

INTERNATIONAL

CONSEIL DE L'EUROPE

COE: ASSEMBLÉE PARLEMENTAIRE

Résolution de l'APCE sur la propagande et la liberté d'information en Europe

Amélie Lacourt
Observatoire européen de l'audiovisuel

Le 1^{er} octobre 2024, l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe (APCE) a adopté une résolution sur la propagande et la liberté d'information en Europe.

Cette résolution est le fruit de plusieurs années de travail de la commission de la culture, de la science, de l'éducation et des médias, notamment à la suite de la proposition de résolution d'août 2022 (Doc. 15594), qui exprimait la nécessité d'élaborer des critères juridiques qui permettent d'identifier la propagande qu'il conviendrait d'interdire dans les États membres du Conseil de l'Europe.

La résolution met en avant la nécessité de trouver un juste équilibre entre la lutte contre la propagande préjudiciable et illégale et la protection du droit à la liberté d'information en tant que droit de l'homme, garanti par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme. La lutte contre la propagande préjudiciable ne doit pas servir de prétexte à la censure ou produire un effet dissuasif, ni empêcher ou décourager un débat sans entraves sur des questions d'intérêt général. Des principes tels que la liberté d'expression, et notamment la liberté et le pluralisme des médias, sont au cœur de cette résolution, afin de garantir, entre autres, que les restrictions et les contre-mesures sont limitées à ce qui est nécessaire dans une société démocratique. La résolution rappelle en outre l'importance du rôle du Conseil de l'Europe dans le renforcement de la coopération entre les États membres, mais également la nécessité de consolider la collaboration entre les pouvoirs publics et le secteur privé. La nécessité de protéger le droit du public à l'information, de donner aux citoyens les moyens de faire des choix éclairés, de renforcer la confiance dans les institutions démocratiques et d'accroître la résilience de l'ensemble de la société est également vivement préconisée.

La résolution comporte une série de recommandations et d'actions concrètes :

1. Pour les États membres de développer des stratégies globales pour lutter contre la propagande illégale et apporter des réponses efficaces à la diffusion de toute propagande qui, bien que légale, serait préjudiciable. Il s'agit notamment :

- d'imposer des sanctions ciblées à certains médias ou propagandistes de guerre ;
- d'instaurer des garanties pour éviter toute utilisation abusive ou impropre des mesures restrictives ;
- de mettre en place des mécanismes appropriés et indépendants de surveillance des médias ;
- de promouvoir l'éducation aux médias et à l'information et d'investir dans des programmes d'éducation aux médias et d'instruction civique pour encourager la pensée critique ;
- de renforcer la transparence de la propriété des médias et de leurs sources de financement.

2. Pour les professionnels et aux organisations du secteur des médias. Il s'agit notamment :

- d'adhérer aux normes professionnelles les plus élevées pour assurer la qualité de l'information, notamment lors de l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle générative et de la diffusion d'informations par le biais de systèmes automatisés.

3. Pour les intermédiaires d'internet. Il s'agit notamment :

- de mettre au point des outils adéquats - y compris des outils d'intelligence artificielle sous contrôle humain - pour identifier la propagande illégale et en bloquer la diffusion, éventuellement avant qu'elle ne devienne accessible aux internautes, et de retirer le contenu rapidement et efficacement lorsque les autorités compétentes en font la demande ; il convient toutefois que les plateformes aient, en dernier recours, la possibilité de procéder au retrait du contenu.
- d'améliorer la transparence des algorithmes ;
- de veiller à ce que les systèmes d'intelligence artificielle qu'ils développent ou utilisent respectent les normes du Conseil de l'Europe, y compris la nouvelle Convention-cadre sur l'intelligence artificielle et les droits de l'homme, la démocratie et l'État de droit.

Propaganda and freedom of information in Europe, PACE Resolution 2567 (2024)

<https://pace.coe.int/en/files/33808/html>

Propagande et liberté d'information en Europe, Résolution de l'APCE, 2567 (2024)

<https://pace.coe.int/fr/files/33808/html>

RÉPUBLIQUE DE TÜRKIYE

Cour européenne des droits de l'homme : affaire *Gümüş c. Türkiye*

Dirk Voorhoof
Human Rights Centre, Université de Gand et Legal Human Academy

Dans un arrêt du 9 juillet 2024, la Cour européenne des droits de l'homme a conclu à une violation par les autorités turques du droit à la liberté d'expression en matière de discours politique sur les médias sociaux, tel que garanti par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme. L'affaire concerne la condamnation de M. Suphi Gümüş à une peine d'emprisonnement assortie d'une mesure de suspension du prononcé de l'arrêt en raison du contenu qu'il avait publié sur Facebook. La Cour européenne a estimé, à la lumière de son arrêt rendu dans l'affaire *Durukan et Birol c. Türkiye* (IRIS 2023-10:1/22), que l'ingérence dans les droits de M. Gümüş au titre de l'article 10 de la Convention n'offrait pas la protection requise contre tout abus arbitraire de la part des autorités publiques. Plus important encore, la Cour européenne a rejeté l'argument du Gouvernement turc selon lequel les publications de M. Gümüş sur Facebook ne pouvaient bénéficier de la protection de l'article 10 de la Convention au motif que les publications litigieuses relevaient de la clause de l'abus de droit énoncée à l'article 17 de la Convention européenne des droits de l'homme.

En janvier 2018, par un acte d'accusation, le procureur général de Şanlıurfa avait inculpé M. Gümüş de diffusion de propagande en faveur d'une organisation terroriste, en raison de certains contenus publiés par ce dernier sur son compte Facebook. Les messages faisaient notamment référence au PKK, le Parti des travailleurs du Kurdistan, et au YPG qui, selon les autorités turques, serait une branche du PKK, une organisation armée illégale. Quelques mois plus tard, la cinquième cour d'assises de Şanlıurfa avait déclaré M. Gümüş coupable et l'avait condamné à une peine d'emprisonnement d'un an, deux mois et seize jours. La cour d'assises avait en effet estimé que certaines des publications de M. Gümüş sur Facebook encourageaient les actions violentes du PKK et de ses membres et étaient constitutives du délit de diffusion de propagande en faveur d'une organisation terroriste, au sens de l'article 7(2) de la loi n° 3713 relative à la lutte contre le terrorisme. En application de l'article 231 du Code de procédure pénale, la cour d'assises a toutefois décidé de suspendre le prononcé de l'arrêt et de soumettre M. Gümüş à une mesure de surveillance d'une durée de trois ans. Les recours de M. Gümüş contre cette décision et devant la Cour constitutionnelle turque ont été rejetés. Il a alors saisi la Cour européenne d'une requête au titre de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme au motif qu'il avait été condamné pour avoir partagé des contenus sur Facebook.

Les autorités turques ont fait valoir, à titre d'objection liminaire, que les messages litigieux publiés sur Facebook glorifiaient et légitimaient des actions violentes et

étaient par conséquent contraires au texte et à l'esprit de la Convention, au sens de l'article 17 de la Convention. Elles ont donc affirmé que la requête était incompatible *ratione materiae* avec les dispositions de la Convention européenne des droits de l'homme. La Cour européenne considère toutefois que le contenu des messages litigieux publiés sur le compte Facebook de M. Gümüş ne témoigne pas d'une intention de porter atteinte aux droits garantis par la Convention. Indépendamment de la nature controversée des messages publiés sur Facebook qui faisaient l'éloge du chef du PKK et glorifiaient le PKK ou le YPG, la Cour européenne estime que les messages litigieux pour lesquels M. Gümüş a été condamné ne constituaient pas une incitation à la négation des droits et des libertés garantis par la Convention. Elle conclut par conséquent que la requête de M. Gümüş ne constituait pas un abus de droit au sens de l'article 17 de la Convention et que M. Gümüş pouvait donc bénéficier de la protection de l'article 10 de celle-ci (voir *Lenis c. Grèce*, IRIS 2023-9:1/21 et *Sokolovskiy c. Russie*, IRIS 2024-7:1/19).

Sur le fond de l'affaire, le Gouvernement turc a déclaré qu'il n'y avait eu aucune ingérence dans la liberté d'expression de M. Gümüş, et a souligné l'absence de toute condamnation inscrite à son casier judiciaire à la suite de l'application de la mesure de suspension du prononcé de l'arrêt. De ce fait, les poursuites pénales et la condamnation de M. Gümüş n'ont entraîné aucune conséquence juridique négative ni aucun effet dissuasif. La Cour européenne estime en revanche que la condamnation pénale de M. Gümüş, assortie d'une suspension du prononcé de l'arrêt, qui l'a contraint à une période de surveillance de trois ans, constitue, au vu de l'effet dissuasif que cette mesure a pu avoir, une ingérence dans l'exercice par M. Gümüş de son droit à la liberté d'expression. Conformément à ses conclusions rendues dans l'affaire *Durukan et Birol c. Türkiye* et en l'absence de garanties procédurales adéquates pour encadrer le pouvoir discrétionnaire accordé aux juridictions nationales dans l'application de la suspension d'une peine d'emprisonnement, le fondement juridique retenu n'offrait pas la protection requise contre l'abus arbitraire par les autorités publiques des droits garantis par la Convention européenne des droits de l'homme. L'ingérence dans le droit de M. Gümüş à la liberté d'expression n'était donc pas « prévue par la loi » au sens de l'article 10(2) de la Convention. Cette conclusion suffit à la Cour européenne pour conclure à une violation de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

Judgment by the European Court of Human Rights, Second Section sitting as a Committee, in the case of Gümüş v. Türkiye, Application No. 44984/19, 9 July 2024

<https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-234797>

Arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme, deuxième section siégeant en comité, rendu le 9 juillet 2024 dans l'affaire Gümüş c. Türkiye, requête n° 44984/19

UNION EUROPÉENNE

EU: COMMISSION EUROPÉENNE

Derniers rapports établis au titre du code de bonnes pratiques contre la désinformation qui détaillent les mesures prises par les plateformes pendant les élections européennes de 2024

*Ronan Ó Fathaigh
Institut du droit de l'information (IViR)*

Le 24 septembre 2024, les signataires du code de bonnes pratiques contre la désinformation ont publié des rapports qui détaillent leurs actions pour lutter contre la prolifération de la désinformation en ligne, avec une attention particulière pour les élections européennes qui se sont tenues en juin 2024. Le Code de bonnes pratiques contre la désinformation a été adopté pour la première fois en 2018 par un certain nombre d'acteurs du secteur, dont des plateformes en ligne, en tant que norme d'autorégulation visant à lutter contre la désinformation en ligne au sein de l'UE ; le code a été révisé en 2022, et compte actuellement 34 signataires (IRIS 2021-6/4). Le code de bonnes pratiques comporte 44 engagements et 128 mesures spécifiques, qui couvrent divers domaines, parmi lesquels la démonétisation de la diffusion de la désinformation, la garantie de la transparence de la publicité à caractère politique, le renforcement de la coopération avec les vérificateurs de faits et la simplification de l'accès aux données pour les chercheurs.

En septembre 2024, plus de 14 rapports émanant de divers signataires ont été publiés ; ces rapports sont accessibles sur un site web spécifique du Centre de transparence. Il convient de mentionner trois exemples particulièrement pertinents pour illustrer certaines des mesures prises dans le cadre du code de bonnes pratiques pendant les élections du Parlement européen de 2024. Tout d'abord, le rapport de Google fait état d'une mesure particulièrement intéressante, à savoir le lancement d'une « initiative de *prébunking* », une technique destinée à prévenir les utilisateurs des tentatives de manipulation, à leur donner les moyens de détecter et de dénoncer les affirmations mensongères et à renforcer leur résilience, avant les élections du Parlement européen de 2024, qui a fait appel à de courtes publicités vidéo sur les médias sociaux en France, en Allemagne, en Italie, en Belgique et en Pologne pour présenter les techniques utilisées en matière de désinformation, et notamment la décontextualisation, la désignation d'un bouc émissaire et la mise en cause de la pertinence de l'information. Google a déclaré qu'il s'agissait de la « plus grande initiative de *débunkage* sur les médias sociaux au monde à ce jour », et que les vidéos étaient traduites et disponibles dans toutes les langues de l'UE ainsi qu'en arabe, en russe et en turc. Deuxièmement, le rapport de la société Meta décrit la manière dont elle s'est efforcée de fournir aux utilisateurs des informations sur les

élections dans leurs États membres au moyen d'unités d'information des électeurs et d'informations sur le jour de l'élection, que les internautes ont consultées plus de 41 millions de fois sur Facebook et plus de 58 millions de fois sur Instagram. La société Meta a également expliqué comment elle a mis en relation 23 autorités électorales nationales, ainsi que d'autres organismes compétents, au moyen d'un « mécanisme de signalement » spécifique, et 13 coordinateurs nationaux des services numériques avec les « mécanismes de signalement gouvernementaux » de Meta qui permettent de signaler des contenus. Il convient de noter qu'entre janvier et juin 2024, Meta a déclaré avoir retiré plus de 4,4 millions de publicités de Facebook et d'Instagram dans les États membres de l'UE, dont plus de 170 000 publicités pour violation de sa « politique en matière de désinformation ». Troisièmement, le rapport de TikTok explique en détail la manière dont TikTok a mis en place un « centre de contrôle de mission » pour assurer une « couverture cohérente et spécialisée des éventuels problèmes liés aux élections » et a participé au « système de réponse rapide » du code de bonnes pratiques contre la désinformation pour « rationaliser l'échange d'informations entre les organisations de la société civile, les vérificateurs de faits et les plateformes ». TikTok a également fait part de sa capacité de vérification des faits dans « au moins une langue officielle de chaque État membre de l'UE » et de son lancement de « campagnes ciblées d'éducation aux médias ».

La vice-présidente de la Commission européenne chargée des valeurs et de la transparence a déclaré, à propos des derniers rapports, que cette « coopération témoigne de l'efficacité du code en tant qu'instrument permettant de faire collaborer les plateformes en ligne, la société civile et les vérificateurs de faits ».

European Commission, Online platforms report on measures to protect European election integrity under the Code of Practice on Disinformation, 24 September 2024

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/online-platforms-report-measures-protect-european-election-integrity-under-code-practice>

Commission européenne, Les plateformes en ligne rendent compte des mesures prises pour protéger l'intégrité des élections européennes en application du code de bonnes pratiques contre la désinformation, 24 septembre 2024

EU: COMMISSION EUROPÉENNE

Le nouveau pacte de la Commission européenne complémentaire à la Loi sur l'IA de l'UE et son refus de la part de X, Meta et Apple

Maria Bustamante

En août 2024, la Commission européenne a conduit une nouvelle initiative dans le but de continuer à faire progresser la réglementation de l'Intelligence artificielle avec l'élaboration d'un pacte sur l'Intelligence artificielle (IA). Cet accord vise à promouvoir un développement éthique et responsable de l'IA. C'est un outil complémentaire pour aider les entreprises à s'adapter au nouveau règlement européen sur l'IA, entré en vigueur au mois d'août, en invitant les développeurs d'IA à adopter volontairement les obligations essentielles prévues dans le règlement avant même les échéances légales. Pour plus d'informations sur le processus d'adoption du règlement, voir IRIS 2024-6:1/3. Le pacte s'appliquera en parallèle et de façon progressive avec le règlement.

Cependant, cet instrument à caractère volontaire n'a pas suscité l'adhésion des géants technologiques comme X, Meta et Apple. Ces derniers ont fait part de leur scepticisme face aux nouvelles lois de l'UE relatives à l'Intelligence artificielle.

Néanmoins, le pacte a permis de rassembler d'autres magnats du secteur comme Google, Open AI, Microsoft ou Amazon, parmi une centaine d'entreprises. « Le pacte sur l'intelligence artificielle est un instrument volontaire. Bien sûr, nous invitons toutes les entreprises à y participer. Leur nombre va augmenter à l'avenir, mais ce sont des entreprises privées et quelle que soit la décision qu'elles prennent, c'est à elles de le faire » a déclaré le porte-parole du Marché intérieur de l'Exécutif communautaire, Thomas Régnier.

La législation sur l'Intelligence artificielle de l'UE régit l'utilisation de la technologie en fonction du risque qu'elle présente pour les individus. Les signataires du pacte devront donc interdire :

- Les systèmes d'Intelligence artificielle biométriques de catégorisation des croyances politiques, religieuses, philosophiques, de la race ou l'orientation sexuelle ;
- Les systèmes permettant d'élargir ou de créer des bases de données de visages capturés sans discernement via Internet ou des enregistrements audiovisuels ;

Ils devront également respecter :

- Les critères de transparence des systèmes d'Intelligence artificielle générative : ces modèles devront manifestement et explicitement indiquer si le contenu est généré par l'IA ou non ;

- La garantie du respect des données utilisées pour instruire ces systèmes et sa conformité avec les droits d'auteur.

La Commission européenne a en même temps encouragé les entreprises à développer leurs systèmes d'Intelligence artificielle.

Le pacte sur l'IA

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/ai-pact>

EU: COUR DE JUSTICE DE L'UNION EUROPÉENNE

Arrêt de la CJUE : implications pour la confidentialité des données et la publicité ciblée sur les réseaux sociaux

*Justine Radel-Cormann
Observatoire européen de l'audiovisuel*

Le 4 octobre 2024, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a rendu un arrêt contre Facebook dans une affaire portée par l'utilisateur autrichien Maximilian Schrems (plaignant).

La Cour a examiné le modèle commercial de Facebook, qui repose sur le traitement des données personnelles pour diffuser des publicités ciblées. Depuis novembre 2023, les conditions d'utilisation de Facebook stipulent que les utilisateurs qui optent pour un service gratuit au lieu d'un abonnement consentent à ce que leurs données personnelles soient utilisées pour des publicités plus pertinentes.

L'affaire a mis en évidence l'utilisation par Facebook de données personnelles sensibles liées aux activités de M. Schrems en dehors de Facebook, notamment son orientation sexuelle et ses opinions politiques, qu'il n'avait jamais divulguées sur son profil. Facebook a obtenu ces informations par le biais de plug-ins et de cookies qui suivent le comportement en ligne des utilisateurs sur différents sites web.

M. Schrems a notamment reçu des publicités ciblées liées à son orientation sexuelle, bien qu'il n'ait jamais indiqué cette information sur son profil Facebook.

Dans son arrêt, la CJUE a conclu que l'utilisation de données personnelles sensibles à des fins de publicité ciblée est interdite, même si ces informations ont été divulguées publiquement ailleurs, par exemple lors d'un débat public.

C-446/21, Judgement of the Court, 4 October 2024

<https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=290674&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=5451293>

C-446/21, Jugement de la CJUE, 4 octobre 2024

<https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=290674&pageIndex=0&doclang=FR&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=5451293>

NATIONAL

BULGARIE

[BG] L'Agence nationale des recettes fiscales apporte des précisions sur la nouvelle législation relative à l'interdiction de la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard

*Christian Ivanov
Dimitrov, Petrov & Co., Cabinet d'avocats*

Dans une récente décision de l'Agence nationale des recettes fiscales (*Национална агенция за приходите – NRA*), l'autorité de régulation a apporté des précisions sur l'interprétation des dernières modifications apportées à la loi bulgare relative à l'interdiction de la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard (*Закона за хазарта*) (voir IRIS 2024-6:1/18).

D'un point de vue chronologique, ces nouvelles évolutions législatives remontent à août 2022, lorsqu'un protocole de coopération a été signé entre le Conseil des médias électroniques (*Съвет за електронни медии – CEM*) et la NRA. Cette collaboration faisait suite aux préoccupations de plus en plus vives au sujet des campagnes publicitaires agressives en faveur des jeux d'argent et de hasard, qui ont atteint leur paroxysme lors de la retransmission de la Coupe du monde (voir IRIS 2023-2:1/19). Les modifications apportées à la législation, adoptées au début de l'année 2024, interdisent la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard à la radio, à la télévision, dans la presse écrite et sur les plateformes en ligne, et notamment sur les sites web, afin de limiter la promotion excessive de ces jeux et de protéger les mineurs.

Cette récente décision a été adoptée à la suite d'une demande d'accès à des informations adressée à la NRA, en raison d'interprétations divergentes sur les nouvelles dispositions par les autorités et les parties prenantes au cours des premiers mois de leur entrée en vigueur. Les informations sollicitées concernaient plusieurs aspects du champ d'application de la nouvelle interdiction législative et, en particulier, la manière dont celle-ci s'applique à la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard sur les médias sociaux en ligne. Des questions précises ont ainsi été posées afin de déterminer si les « influenceurs » sont autorisés à faire de la publicité pour le compte de fournisseurs de services de jeux d'argent et de hasard agréés, et si cette publicité peut être réalisée au moyen de *podcasts*, ou si ce type de média est exonéré de l'interdiction. En réponse à cette demande, la NRA fait part de son interprétation et précise les termes « influenceur », « *podcast* » et « média social ».

Il ressort de la décision qu'un « influenceur » est une personne qui dispose d'un grand nombre de *followers* et qui est en mesure d'influencer le comportement des

utilisateurs en diffusant des messages au public, en téléversant des contenus, des logos publicitaires, des marques ou des slogans, notamment, sur les médias sociaux les plus populaires. Néanmoins, pour ce faire, les utilisateurs doivent au préalable avoir exprimé leur volonté de recevoir des informations et des contenus de la part de l'influenceur en question, par exemple en le « suivant » ou en « likant » sa page.

La décision précise que la possibilité pour les « influenceurs » de faire de la publicité doit être appréciée au cas par cas, en tenant compte de la nature du site web et/ou de la plateforme de partage de contenus. Il convient en outre de vérifier si le réseau social en question est un fournisseur de contenus médiatiques, s'il endosse la responsabilité éditoriale et respecte les spécifications techniques relatives à l'accès et, surtout, si ce réseau social relève de la réglementation de la loi relative à la radio et à la télévision (*Закон за радиото и телевизията* - RTA).

Ce qui est probablement le plus important, tient au fait que la NRA conclut qu'en fonction de l'évaluation précitée, les plateformes telles qu'Instagram, Facebook, X et TikTok ne relèvent pas de la réglementation de la RTA. Compte tenu de ces éléments, la décision indique qu'en principe, la publicité pour le compte de fournisseurs de services de jeux d'argent et de hasard agréés sur ces plateformes de médias sociaux ne doit pas être considérée comme étant illicite.

Un autre point que la décision tente de résoudre concerne la possibilité pour les journalistes ou les fournisseurs de médias de faire de la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard par le biais du placement de produits dans des *podcasts* sur des plateformes de diffusion de vidéos telles que YouTube. La décision affirme qu'en vertu des dernières modifications apportées à la RTA, les plateformes de diffusion de vidéos qui se contentent de proposer des contenus de tiers au public ne doivent pas être considérées comme des fournisseurs de services de médias au sens de cette législation. Par conséquent, la décision conclut que l'interdiction ne s'applique pas lorsque les jeux d'argent et de hasard font l'objet d'une publicité au moyen de vidéos et de *podcasts* sur des plateformes de diffusion de vidéos telles que YouTube ou Twitch, par exemple.

La décision rappelle que cette approche ne doit pas être utilisée pour contourner les interdictions par des publicités auprès des fournisseurs de médias au moyen de liens, puisque la responsabilité éditoriale sera toujours engagée dans de pareils cas. Toutefois, même les médias auxquels s'applique l'interdiction peuvent publier des liens vers le *podcast* d'un fournisseur agréé de jeux d'argent et de hasard, à condition que les liens eux-mêmes et leurs visualisations ne soient pas assimilables à de la « publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard », telle que définie dans les dispositions supplémentaires de la loi relative aux jeux d'argent et de hasard.

Enfin, la NRA précise que cette décision représente son interprétation générale de la législation en vigueur. Des inspections spécifiques pourraient cependant aboutir à des résultats différents en fonction des faits et des circonstances

particulières de chaque cas.

Cette interprétation a suscité de vives inquiétudes, notamment au sujet de la différence de traitement entre les médias sociaux et les médias traditionnels au sens de la loi relative à la radio et à la télévision (RTA). En conséquence, l'interdiction qui pèse sur ces publicités ne s'appliquera dans les faits qu'à la radio et à la télévision classiques, ce qui serait en totale contradiction avec l'objectif de la législation. Plusieurs déclarations affirment que le fait d'exclure les médias sociaux et les plateformes de diffusion de vidéos du champ d'application de la réglementation relative à la publicité en faveur des jeux d'argent et de hasard va, d'un point de vue juridique, à l'encontre de la conception actuelle de la notion de média et de son incidence sur les relations sociales - qui sont soumises à la réglementation. Des inquiétudes ont été exprimées sur le fait qu'une telle interprétation de la législation complique également son application et peut constituer un obstacle à la réalisation des objectifs premiers des récentes modifications.

Cette décision peut faire l'objet d'un recours, qui pourrait donner lieu à des interprétations différentes de la part du tribunal administratif. Compte tenu de l'ambiguïté qui subsiste quant au champ d'application de la nouvelle réglementation et des difficultés rencontrées pour la faire respecter, il est probable que d'autres clarifications législatives seront nécessaires.

Решение №Р -ЦУ- 138 /17.07.2024 г. на и изпълнителния директор на НАП

<https://nra.bg/wps/portal/nra/za-nap/Prozrachno-upravlenie/zaqavlenia-i-otgogvori-po-ZDOI/a448eddb-cbd5-4242-a2f7-35e734ebc219>

Décision n° P -ЦУ- 138 du 17 juillet 2024 du directeur général de la NRA

Закон за изменение и допълнение на Закона за х азарта

<https://dv.parliament.bg/DVWeb/showMaterialDV.jsp?idMat=214700>

Loi visant à modifier et à compléter la loi relative aux jeux d'argent et de hasard

Закон за радиото и телевизията

<https://lex.bg/bg/laws/ldoc/2134447616>

Loi relative à la radio et à la télévision

ALLEMAGNE

[DE] Échec de la fusion entre Super RTL et Nickelodeon en raison de son impact sur le marché publicitaire des enfants

Christina Etteldorf
Institut du droit européen des médias

Le 17 septembre 2024, la notification du projet de fusion des chaînes Super RTL et Nickelodeon, dont les programmes s'adressent principalement aux enfants, a été retirée. L'autorité compétente en matière de contrôle des concentrations, le *Bundeskartellamt* (office fédéral de contrôle de la concurrence - BKartA), avait préalablement exprimé des réserves quant à l'impact négatif de ce projet sur le marché publicitaire pour enfants, réserves sur la base desquelles il envisageait d'interdire la fusion. Pour la première fois, les *Landesmedienanstalten* (offices régionaux des médias - LMA) ont également été associées à l'examen du dossier par la *Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich* (Commission de surveillance de la concentration dans les médias - KEK) par voie de consultation, mais n'ont pas émis de réserves majeures contre cette fusion au regard du pluralisme.

La procédure d'examen portait sur le projet d'acquisition par Super RTL Fernsehen GmbH, une filiale du groupe RTL, des droits de programmation et de l'espace de diffusion par satellite de la chaîne thématique pour enfants Nickelodeon (Paramount). L'impact de cette fusion sur le marché publicitaire a été déterminant pour l'évaluation du projet au regard du droit de la concurrence. Les investigations menées par le BKartA ont établi qu'il existait une demande spécifique des annonceurs pour des espaces publicitaires d'images animées, par le biais desquels les enfants âgés de 3 à 13 ans peuvent être touchés de manière ciblée et sûre. Super RTL est, de loin, le principal fournisseur, suivi par Disney et, loin derrière, Nickelodeon. Il n'y a pas de publicité sur la chaîne publique pour enfants (KiKA) et les offres de *streaming* comme Netflix ou Amazon n'interviennent pas, à l'heure actuelle, sur le marché de la publicité pour enfants. Cela vaut également pour les offres de réseaux sociaux telles que TikTok ou Snapchat, dont le concept est, en tout état de cause, clairement différent, et qui ne ciblent pas les enfants, ne serait-ce qu'en raison de leurs restrictions en matière d'âge, et ne proposent donc pas d'espaces publicitaires spécialement conçus pour eux. Le BKartA considère que même si l'on prend en compte YouTube Kids dans les offres en ligne en raison de l'évolution des habitudes de visionnage, cela ne change en rien la position nettement dominante de Super RTL. Or, l'acquisition de Nickelodeon renforcerait considérablement cette position, de sorte que le BKartA avait prévu d'interdire la fusion en invoquant ces réserves. La décision finale n'a cependant pas été rendue, car RTL a retiré sa notification et renonce, pour l'instant, à son projet.

En vertu de l'article 40, paragraphe 4, troisième phrase de la *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen* (loi sur la libre concurrence - GWB), il convient de consulter la KEK avant de prononcer une interdiction dans le cadre d'une procédure concernant la diffusion nationale de programmes télévisés par des radiodiffuseurs privés, de sorte que l'avis de la KEK a également été sollicité dans le cadre de cette procédure. Le BKartA doit prendre en considération de façon spécifique les arguments avancés par la KEK concernant le pluralisme, néanmoins il rend sa décision en toute indépendance. La KEK, qui analyse le marché des téléspectateurs essentiellement du point de vue du pluralisme, a également exprimé des réserves quant à ce projet de fusion. Elle considère que ce projet conduirait à un renforcement de la position déjà dominante du groupe RTL, tant dans le secteur des chaînes pour enfants et chaînes familiales qu'en ce qui concerne la consommation linéaire de la télévision par les enfants âgés de 3 à 13 ans. La KEK estime toutefois que ce renforcement n'entraverait pas le pluralisme de façon significative, de sorte que ces réserves ne sont pas, de son point de vue, opposables au projet. Dans le domaine de la télévision linéaire, il existe encore plusieurs fournisseurs indépendants et une offre de programmes relativement large. À cela s'ajoute le fait que les principaux contenus et personnages très populaires auprès du groupe cible des enfants sont déjà diffusés sur les chaînes de l'entité reprenante. Par ailleurs, il faut tenir compte du fait que les jeunes publics utilisent nettement moins les offres linéaires et privilégient les offres de vidéos en ligne. La KEK considère que le répertoire médiatique des enfants dans le domaine de la vidéo est large et diversifié. Dans tous les domaines examinés, il existe une diversité de fournisseurs et d'offres qui ne pose aucun problème du point de vue du pluralisme.

Pressemitteilung des BKartA

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2024/17_09_2024_superRTL_Nickelodeon.html

Communiqué de presse du Bundeskartellamt (office fédéral de contrôle de la concurrence - BKartA)

Pressemitteilung der KEK

<https://www.kek-online.de/presse/pressemitteilungen/aktuelle-entscheidungen-der-kek-19/>

Communiqué de presse de la Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (Commission de surveillance de la concentration dans les médias - KEK)

[DE] Le BGH statue sur la licéité de la présentation en ligne d'œuvres protégées en toile de fond de vidéos

Christina Etteldorf
Institut du droit européen des médias

Dans plusieurs arrêts rendus le 11 septembre 2024 (affaires I ZR 139/23, I ZR 140/23 et I ZR 141/23), le *Bundesgerichtshof* (Cour fédérale de justice - BGH) établit que l'utilisation de reproductions d'un papier peint sur Internet ne porte pas atteinte aux droits protégés par l'*Urheberrechtsgesetz* (loi sur le droit d'auteur - UrhG) dont relèvent les motifs photographiques imprimés sur le papier peint. En l'occurrence, il s'agissait de déterminer si des influenceurs ou des influenceuses peuvent commettre une infraction au droit d'auteur en faisant apparaître en toile de fond de leurs contributions vidéo ou photo sur les réseaux sociaux des œuvres protégées par le droit d'auteur pour lesquelles ils ou elles ne disposent pas des droits requis pour une communication au public.

La défenderesse dans l'affaire I ZR 139/23 avait acheté en ligne un papier peint auprès d'une entreprise fondée par un photographe professionnel qui commercialisait, par ce biais, ses propres photographies sous forme de papier peint. Le papier peint dont la défenderesse avait revêtu un mur de son domicile est apparu par la suite en toile de fond de plusieurs vidéos publiées sur sa page Facebook. L'entreprise du photographe a entamé une procédure pour demander des dommages-intérêts et le remboursement des frais de mise en demeure, en invoquant le fait que la présentation sur Internet portait atteinte à ses intérêts protégés par le droit d'auteur.

Toutefois, le BGH n'a pas fait droit à sa requête. Même s'il y a effectivement une mise à disposition du public au sens de l'article 19a de l'UrhG ou une communication au public au sens de l'article 3 de la directive 2001/29/CE, il convient de présumer un consentement implicite de l'entreprise requérante, de sorte qu'en l'espèce, une éventuelle pertinence des restrictions n'est plus établie. La présomption d'un tel consentement dépend du contenu objectif de la déclaration du point de vue du destinataire de la déclaration, et notamment de la question de savoir s'il s'agit d'un mode d'utilisation usuel auquel l'ayant droit doit s'attendre. Or, il convient d'admettre que ce mode d'utilisation usuel couvre la prise de photographies et de vidéos dans une pièce revêtue de papier peint, ainsi que la mise en ligne de ces photographies et vidéos. Il est tout à fait prévisible, pour l'auteur de ces papiers peints, que ceux-ci puissent notamment apparaître en toile de fond de photos ou de vidéos qui peuvent ensuite être publiées sur les réseaux sociaux, indépendamment du fait que ces publications en ligne soient effectuées à des fins privées ou commerciales. Considérant qu'il n'est pas non plus pertinent de savoir à qui le consentement est donné, peu importe que la personne qui publie la vidéo ait aussi acheté le papier peint ou, au contraire, qu'une agence de médias numériques fasse office d'intermédiaire. L'auteur est toutefois libre de convenir contractuellement de restrictions d'utilisation dans le cadre de la commercialisation et de spécifier ces restrictions - par exemple en exigeant la mention de l'auteur ou en réservant certains droits - de manière

clairement identifiable pour les tiers. Or, cela n'a pas été fait dans les cas d'espèce. Par ailleurs, dans les trois procédures, le BGH confirme l'hypothèse de la cour d'appel selon laquelle on ne saurait invoquer une violation du droit de l'auteur à la paternité de son oeuvre en vertu de l'article 13, phrase 2 de l'UrhG, car l'auteur a manifestement renoncé à ce droit en la commercialisant sous forme de papier peint.

Pressemitteilung Nr. 179/2024 des BGH

<https://www.bundesgerichtshof.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2024/2024179.html>

Communiqué de presse n° 179/2024 du Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice - BGH)

[DE] Le FDP débouté de sa demande de participation à une émission électorale du service public de radiodiffusion

Christina Etteldorf
Institut du droit européen des médias

Dans une ordonnance de référé du 13 septembre 2024 (affaire 3 S 103/24), l'*Oberverwaltungsgericht* (tribunal administratif supérieur - OVG) de Berlin-Brandenburg confirme la décision sur référé de première instance, à savoir que la formation politique Freie Demokratische Partei (FDP) n'est pas habilitée à exiger, en vertu du principe d'égalité des chances entre les partis politiques, de participer à une émission pré-électorale programmée par le radiodiffuseur public Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) en amont des élections régionales dans le Brandebourg. Dans le cadre d'un concept d'émission concret qui ne prévoit que la participation des candidats en tête de liste, rbb peut décider, au titre de sa liberté éditoriale, de ne pas inviter la fédération régionale du FDP, qui n'est actuellement pas représentée au *Landtag* (parlement régional) et qui, selon les sondages, ne devrait pas non plus y entrer.

rbb est l'un des neuf radiodiffuseurs publics régionaux en Allemagne. Dans le cadre des élections régionales du Brandebourg prévues le 22 septembre 2024, la chaîne avait programmé le 17 septembre 2024 une émission intitulée « *rbb24 - Ihre Wahl: Der Kandidatencheck* ». Le concept éditorial prévoyait une séance de questions-réponses à laquelle ne devaient participer que les têtes de liste des partis déjà représentés au *Landtag* ou qui, selon les sondages, devaient obtenir plus de 5 % des voix. Le candidat en tête de liste de la fédération brandebourgeoise du FDP n'a donc pas été invité, car son parti n'était pas représenté au *Landtag* et, selon les sondages, ne devait pas non plus y entrer. Se considérant défavorisée, la fédération régionale du FDP, qui, au niveau fédéral, fait actuellement partie du Gouvernement, a entamé une action en référé pour exiger le droit de participer à l'émission. Mais sans succès, puisque le 4 septembre 2024, le *Vewaltungsgericht* (tribunal administratif - VG) de Potsdam a rejeté en première instance la demande en référé (affaire 11 L 733/24), au motif que le concept de l'émission de rbb ne constitue nullement une violation des intérêts protégés par les droits fondamentaux. L'OVG a confirmé cette décision.

En vertu de la liberté de radiodiffusion protégée par l'article 5, paragraphe 1, phrase 2 de la *Grundgesetz* (loi fondamentale - GG), les radiodiffuseurs publics et privés jouissent d'une pleine liberté éditoriale dans la conception de leurs programmes. Dans sa jurisprudence constante, le *Bundesverfassungsgericht* (Cour fédérale constitutionnelle - BVerfG) part cependant du principe que, dans un contexte électoral, les intérêts protégés par les droits fondamentaux de l'égalité des chances des partis (art. 21 en lien avec l'art. 3, par. 1 de la GG) et les principes électoraux (art. 38 de la GG) doivent être pris en compte de façon spécifique. Partant, la radiodiffusion doit tenir compte « de manière appropriée » de tous les partis candidats dans la conception de ses programmes. Pour ce qui

est de la manière appropriée, il est également possible, dans le cadre de la liberté éditoriale, de prendre en compte l'importance du parti sur la base de critères objectifs, tels que ses chances de succès lors des élections. En ce qui concerne l'appréciation et la conception de rbb, qui n'autorise que les candidats en tête de liste des partis représentés au *Landtag* ou ayant des chances d'y siéger, l'OVG n'a pu établir de préjudice inapproprié pour les partis ne répondant pas à ces critères. Le concept éditorial de l'émission relève de la liberté de radiodiffusion de rbb et ne porte aucun préjudice au droit de la fédération régionale du FDP à l'égalité des chances (au regard de l'importance respective des partis) dans la couverture médiatique pré-électorale. En l'espèce, le candidat tête de liste du FDP n'a effectivement pas été invité à participer à cette émission. Néanmoins, le concept global de rbb pour la couverture pré-électorale accorde une place appropriée au FDP dans le cadre d'autres formats d'émission.

Pressemitteilung des OVG Berlin-Brandenburg

<https://www.berlin.de/gerichte/oberverwaltungsgericht/presse/pressemitteilungen/2024/pressemitteilung.1485548.php>

Communiqué de presse de l'Oberverwaltungsgericht (tribunal administratif supérieur - OVG) de Berlin-Brandenburg

ESPAGNE

[ES] Adoption par le Conseil des ministres du Plan d'action pour la démocratie, lequel prévoit notamment la création d'un registre des médias

Azahara Cañedo & Marta Rodriguez Castro

Le 17 septembre, le Gouvernement espagnol a présenté son Plan d'action pour la démocratie après son adoption par le Conseil des ministres. Ce Plan d'action pour la démocratie, annoncé par le Premier ministre Pedro Sánchez en juillet dernier, comporte 31 mesures qui devront être mises en œuvre au cours des trois prochaines années. Il s'articule autour de trois axes principaux : 1) l'amélioration de la communication gouvernementale ; 2) le renforcement de la transparence, du pluralisme et de la responsabilisation des médias ; et 3) une plus grande transparence du pouvoir législatif et du système électoral.

Les mesures annoncées au titre du deuxième axe sont conformes à la législation européenne sur la liberté des médias. et ont pour principal objectif de renforcer la transparence et l'indépendance des médias. Elles reposent sur le principe selon lequel le public doit être informé des sources de financement des médias, de la structure de leur propriété, de la publicité institutionnelle dont ils bénéficient et de leur taux d'audience.

La plus importante mesure en faveur de la transparence est la création d'un registre des médias dans lequel seront consignées des informations accessibles au public sur leur propriété et sur les fonds publicitaires qu'ils perçoivent. Il s'agit ainsi de définir ce qu'est un média, de manière à le différencier des autres plateformes dont l'objectif n'est pas celui d'informer. La Commission nationale des marchés et de la concurrence (*Comisión Nacional de Mercados y la Competencia* - CNMC), l'organisme qui exerce les prérogatives de l'autorité de régulation de l'audiovisuel en Espagne, sera chargée de la création et de la gestion de ce registre.

Parallèlement, des mesures de transparence ont également été prises dans le domaine de la publicité institutionnelle. Désormais, toutes les administrations publiques devront rendre compte de leurs investissements publicitaires par la publication de rapports annuels. En outre, une réforme de la loi relative à la publicité institutionnelle est envisagée afin que des critères de transparence, de proportionnalité et de non-discrimination soient appliqués à sa diffusion. Ces critères seront définis par des experts du secteur, en collaboration avec les groupes parlementaires. Afin de garantir l'objectivité de ces critères, l'utilisation de systèmes de mesure d'audience qui respectent également les principes de transparence, d'impartialité, d'inclusivité, de proportionnalité, de non-discrimination, de comparabilité et de vérifiabilité sera également garantie. Une dernière mesure relative à la publicité institutionnelle prévoit une aide aux

médias qui sont intégralement diffusés dans des langues co-officielles autres que l'espagnol, à savoir le catalan, le basque, le valencien et le galicien.

Afin de renforcer les garanties d'indépendance des médias, le Plan d'action pour la démocratie prévoit également de plafonner le financement des médias par les administrations publiques, de sorte que plus aucun média ne soit entièrement dépendant de cette forme de financement public. Il prévoit en outre un renforcement du secret professionnel, une meilleure protection des professionnels des médias contre le harcèlement et la suppression des sanctions relatives à l'utilisation d'images représentant les forces et les unités de sécurité de l'État.

À la suite de l'annonce du Plan d'action pour la démocratie, la principale association de journalistes du pays, la Fédération des associations de journalistes espagnols (FAPE), a fait part de son espoir de voir ces mesures contribuer à la lutte contre la désinformation et à la protection d'un journalisme de qualité et respectueux du code de déontologie. Dans le même temps, la FAPE exhorte le Gouvernement à appliquer ce plan de manière rigoureuse afin de protéger le droit à l'information.

Plan de Acción por la Democracia

https://www.mpr.gob.es/prencom/notas/Documents/2024/2024-3002_Plan_de_accion.pdf

Plan d'action pour la démocratie

FRANCE

[FR] La diffusion du documentaire de l'influenceur Inoxtag enfreint la chronologie des médias

*Eric Munch
Observatoire européen de l'audiovisuel*

Le 13 septembre 2024, l'influenceur français Inoxtag a sorti un documentaire sur son ascension de l'Everest. « Kaizen » a été projeté dans 500 cinémas et a attiré 300 000 spectateurs le soir de sa sortie.

Un jour plus tard, le 14 septembre 2024, il a été diffusé sur YouTube, ce qui a suscité l'étonnement des experts des médias, qui ont été nombreux à remarquer que cette diffusion précoce sur YouTube enfreinait les règles relatives aux fenêtres de diffusion. Le film a ensuite été diffusé sur TF1 le 8 octobre 2024.

Les règles nationales régissant l'exploitation des films n'autorisent normalement pas la diffusion dans les salles de cinéma d'un documentaire spécifiquement destiné à être diffusé sur YouTube. Depuis 2022, le Code du cinéma et de l'image animée prévoit toutefois une exception, avec la possibilité de demander un visa d'exploitation exceptionnel au Centre national du cinéma (CNC), pour 500 projections sur un maximum de deux jours au cours d'une semaine.

Selon le journal français Les Échos, Kaizen aurait été projeté 800 fois. MK2, le distributeur, a indiqué qu'il n'avait pas eu l'intention de dépasser les 350 projections initialement prévues. En réponse à la forte demande, certains cinémas auraient programmé de nouvelles séances sans concertation avec le distributeur.

Le Code du cinéma et de l'image animée prévoit deux types de sanctions dans cette situation. Au-delà de 500 séances, il est estimé que le film aurait dû demander un visa d'exploitation normal plutôt qu'un visa d'exploitation exceptionnel. L'article L. 432-1 du Code du cinéma et de l'image animée prévoit une amende de 45 000 euros pour l'exploitation d'œuvres cinématographiques sans visa d'exploitation ou en violation des conditions dudit visa d'exploitation. L'article 421-1, 14°, prévoit également des sanctions administratives possibles en cas d'infraction à la chronologie des médias. Le titulaire des droits ayant vendu les droits d'exploitation à YouTube et TF1, des sanctions administratives sont effectivement possibles dans le cas présent.

Plusieurs observateurs et médias spécialisés ont décrit cette situation comme la preuve que les règles concernant relatives à la chronologie des médias en France sont obsolètes. Pour beaucoup, le cas de Kaizen démontre qu'une œuvre destinée aux plateformes peut aussi attirer les spectateurs dans les salles de cinéma et à la télévision. Écran Noir, le plus vieux webzine de cinéma français, considère le cas de Kaizen comme une preuve supplémentaire que les règles devraient être modifiées, en donnant l'exemple de plusieurs films Netflix (Roma d'Alfonso

Cuaron, La Main de Dieu de Paolo Sorrentino et Le Pouvoir du chien de Jane Campion) qui, selon le média, auraient mérité une sortie en salle et auraient sans doute pu y générer des recettes substantielles.

D'autres acteurs, comme l'Association du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), déplorent qu'en ne respectant pas la chronologie des médias, Kaizen ait contribué à un système qui se concentre sur des tendances éphémères et lucratives au détriment du travail du reste du secteur cinématographique français.

Chronologie des médias - Après les satisfecit, la sortie en salles du film d'Inoxtag sur son ascension de l'Everest suscite les critiques

<https://www.influencia.net/chronologie-des-medias-apres-les-satisfecit-la-sortie-en-salles-du-film-dinoxtag-sur-son-ascension-de-leverest-suscite-les-critiques/>

"Kaizen": le film d'Inoxtag avait-il le droit d'être diffusé au cinéma ?

https://www.bfmtv.com/tech/youtube/kaizen-le-film-d-inoxtag-avait-il-le-droit-d-etre-diffuse-au-cinema_AV-202409210282.html

Le cinéma en mutation : chronologie des médias, marketing, IA et nouveaux publics

<https://www.ecrannoir.fr/2024/10/19/le-cinema-en-mutation-chronologie-des-medias-marketing-ia-et-nouveaux-publics/>

Inoxtag : les cinémas indépendants estiment que Kaizen met en danger les petits films

https://www.bfmtv.com/tech/youtube/inxotag-les-cinemas-independants-estiment-que-kaizen-met-en-danger-les-petits-films_AV-202409240327.html

[FR] Rejet du recours en référé des chaînes C8, NRJ12 et Le Média, contre l'annonce de l'ARCOM annonçant leur non sélection à l'attribution de fréquences de la TNT

*Amélie Blocman
Légipresse*

Par communiqué de presse du 24 juillet 2024, l'Arcom a annoncé sa présélection pour la réattribution de quinze fréquences de la TNT en 2025, écartant ce faisant le renouvellement des chaînes NRJ12 et C8, et ne retenant pas le projet de Le Média.

Les sociétés éconduites ont, par requêtes séparées, demandé au juge des référés du Conseil d'État de suspendre l'exécution du communiqué de presse de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM) annonçant la présélection des candidats à l'autorisation de diffusion nationale sur les fréquences hertziennes terrestres, au nombre desquels elles ne figurent pas.

Pour justifier de la condition d'urgence, la société C8 fait valoir que cette annonce la priverait de toute chance d'obtenir une autorisation et la contraindrait à cesser la diffusion de sa chaîne de façon imminente. Elle se prévaut également de la brièveté du délai qui lui sera laissé avant l'échéance de son autorisation de diffusion en TNT, le 28 février 2025, pour contester la décision que l'ARCOM arrêtera au plus tard le 15 janvier 2025 sur la liste des chaînes de la télévision numérique terrestre (TNT). Enfin, la chaîne avançait que la fin de sa diffusion en TNT l'exposerait à la perte de l'intégralité de son chiffre d'affaires et altérerait les équilibres concurrentiels sur ce marché. Dans la même ligne, les deux autres chaînes arguaient du fait que l'annonce de l'ARCOM, qu'elles contestent, porte une atteinte grave et immédiate à leurs intérêts, notamment économiques, et à ceux des téléspectateurs.

Le Conseil d'État juge toutefois, d'une part, que ces éléments ne sont pas de nature à caractériser une atteinte suffisamment immédiate à la situation de chacune des sociétés requérantes. Il souligne notamment, concernant C8, que la chaîne peut continuer à émettre en TNT jusqu'à la décision à prendre par l'ARCOM. D'autre part, il précise que la 5^e chambre de la section du contentieux sera en mesure d'inscrire la requête en annulation des trois sociétés requérantes au rôle d'une formation de jugement (au fond) avant la fin du mois de novembre 2024. Par suite, il considère que la condition d'urgence ne peut être regardée comme remplie. Les requêtes sont donc rejetées.

CE (réf.), 25 septembre 2024, N° 497988, 497832, 497994, C8, NRJ 12 et Le Média (3 espèces dans le même sens)

<http://www.conseil-etat.fr/fr/arianeweb/CE/decision/2024-09-25/497994>

ROYAUME-UNI

[GB] GB News pourrait faire l'objet de sanctions administratives pour avoir enfreint les dispositions de l'Ofcom en matière d'impartialité

*Julian Wilkins
Wordley Partnership*

Une enquête de l'Ofcom avait conclu que l'émission « *People's Forum : the Prime Minister* » (ci-après le « programme ») diffusée par GB News le 12 février 2024 avait enfreint les dispositions de l'Ofcom en matière d'impartialité (voir IRIS 2024-6). Par la suite, le 4 octobre 2024, l'Ofcom a fait savoir qu'il estimait dans un premier temps qu'il s'agissait de violations graves et répétées des principes d'impartialité de la part de GB News. Le régulateur a alors engagé la procédure visant à déterminer si une sanction administrative doit être prononcée à l'encontre de GB News.

La commission des sanctions réexaminera la décision initialement prise concernant le programme, lequel consistait en une émission d'actualité en direct, d'une durée d'une heure, dans laquelle le Premier ministre conservateur de l'époque, Rishi Sunak, participait à une séance de questions-réponses avec un public en studio au sujet de la politique et du bilan de son Gouvernement. Ce programme, qui s'inscrivait dans le contexte des élections législatives anticipées au Royaume-Uni, répondait à la définition d'un sujet d'importance majeure au sens des dispositions de l'Ofcom, d'où la nécessité d'appliquer des exigences particulières en matière d'impartialité.

Bien que l'Ofcom considère que le format éditorial du programme ne soulève pas d'objection de principe, dans la mesure où les radiodiffuseurs sont libres d'innover et d'utiliser différentes formules éditoriales dans leur programmation, y compris en proposant au public des types de débat différents, il estime néanmoins nécessaire que son code de la radiodiffusion soit respecté.

L'Ofcom a reconnu que le programme était essentiellement axé sur la politique et le bilan du parti conservateur. En conséquence, les points de vue du parti conservateur ont prévalu pendant le programme en question, alors que l'émission se devait d'être conforme au code de la radiodiffusion de l'Ofcom, dont les dispositions en matière d'impartialité. Compte tenu du contexte, GB News aurait dû veiller à ce qu'un large éventail de points de vue pertinents soit dûment pris en compte dans le programme, ou dans d'autres programmes clairement associés et diffusés en temps utile.

Afin de déterminer le degré d'impartialité du programme, l'Ofcom a tenu compte de divers facteurs tels que les questions du public au Premier ministre, les réponses de ce dernier, la contribution du présentateur et le fait que l'impartialité

avait effectivement été respectée au moyen de programmes clairement associés et diffusés en temps utile. Cependant, même si les questions du public ont permis de remettre en cause et de critiquer la politique du Gouvernement, les réponses du Premier ministre n'ont pas pu être contestées et le présentateur n'a pas davantage formulé d'objections suffisantes. Le Premier ministre a ainsi pu exposer les orientations politiques à venir de son propre Gouvernement, s'il était réélu, et critiquer certains aspects de la politique et du bilan de son adversaire, le parti travailliste. Ni le public ni le présentateur n'ont contesté ou évoqué d'autres arguments pertinents.

Selon l'Ofcom, GB News n'a pas, et n'était pas en mesure, d'inclure dans le programme une mention d'une prochaine émission prévue dans laquelle un large éventail de points de vue importants sur les questions débattues serait présenté et dûment pris en compte.

L'Ofcom a examiné la réponse de GB News aux plaintes déposées, et notamment le fait que la chaîne a délibérément omis de prendre connaissance des questions posées par les membres du public, alors qu'il n'existait pas d'autres moyens éditoriaux permettant d'inclure d'autres points de vue dans l'émission. Une décision éditoriale a été prise pour que le présentateur n'intervienne pas et ne conteste pas les points de vue exprimés.

Compte tenu des risques particulièrement élevés de non-conformité que présentait ce programme, l'Ofcom a jugé que la stratégie de GB News en matière de respect de la législation était totalement insuffisante et a estimé que la chaîne aurait pu, et aurait dû, prendre des mesures supplémentaires pour atténuer ces risques.

L'Ofcom a jugé que les différents points de vue n'ont pas été présentés ni dûment pris en compte dans le programme, et que l'impartialité n'a pas été garantie au moyen de programmes clairement associés et diffusés en temps utile afin de garantir que le Premier ministre soit dûment confronté à des critiques dans le contexte des élections législatives anticipées. Cette situation a par conséquent entraîné une violation des articles 5.11 et 5.12 du Code.

L'Ofcom a estimé que l'incapacité de GB News à respecter son obligation d'impartialité dans cette affaire était particulièrement grave et, compte tenu de ses deux précédentes infractions à ces mêmes exigences, le régulateur a décidé d'entamer la procédure d'examen d'une sanction administrative à l'encontre de GB News. Les différents points seront réexaminés par la commission des sanctions.

L'Ofcom s'efforcera de conclure son examen dans un délai de soixante jours ouvrables et, s'il considère qu'une sanction peut être appropriée, le radiodiffuseur se verra notifier un avis préliminaire et aura la possibilité de faire part de ses observations orales et écrites, avant qu'une décision définitive ne soit prise. Si, à l'issue de l'examen de l'ensemble des éléments de preuve et des observations du radiodiffuseur, l'Ofcom estime qu'une sanction est appropriée, il déterminera la sanction la plus adaptée, qui pourra être une sanction financière ou la révocation

de la licence du radiodiffuseur.

IRLANDE

[IE] Désignation de la *Comisiún na Meán* en tant qu'autorité nationale compétente en application du règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne

James Kneale
Ordre des avocats d'Irlande

Le 27 septembre 2024, le ministre irlandais de la Justice a mis en œuvre la partie 7 de la loi de 2024 relative aux juridictions, au droit civil, au droit pénal et aux pensions de retraite (dispositions diverses), qui porte modification de la loi de 2009 relative à la radiodiffusion, afin de désigner la *Comisiún na Meán* (ci-après « la commission »), l'autorité irlandaise de régulation des médias, en tant qu'autorité nationale compétente en application du Règlement (UE) 2021/784 relatif à la lutte contre la diffusion des contenus à caractère terroriste en ligne (ci-après « le règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne »).

À la suite de cette entrée en vigueur, la commission est désormais habilitée à mener des enquêtes et à sanctionner toute violation, par les fournisseurs de services d'hébergement, de certaines dispositions du règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne, et notamment en ce qui concerne :

- l'obligation de retirer tout contenu à caractère terroriste ou d'en désactiver l'accès dans les meilleurs délais, dès réception d'une injonction de retrait ;
- l'obligation de prendre des mesures pour lutter contre l'utilisation abusive du service du fournisseur pour diffuser des contenus à caractère terroriste, ainsi que de protéger son service contre la diffusion de contenus à caractère terroriste et de notifier à la commission les mesures prises ;
- l'obligation de conserver les contenus à caractère terroriste qui ont été retirés ou dont l'accès a été désactivé ;
- l'obligation d'indiquer dans les conditions générales du fournisseur sa politique en matière de lutte contre la diffusion de contenus à caractère terroriste, et de publier chaque année un rapport de transparence sur les mesures prises en application du règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne ;
- l'obligation de disposer d'un mécanisme de réclamation efficace et accessible et d'examiner promptement toutes les réclamations ;
- l'obligation pour les fournisseurs de services d'hébergement de communiquer aux fournisseurs de contenus des informations sur le retrait de contenus à caractère terroriste ou sur la désactivation de l'accès à ces contenus ;
- l'obligation d'informer rapidement les autorités judiciaires lorsque le fournisseur de services d'hébergement prend connaissance d'un contenu à caractère

terroriste qui constitue une menace vitale imminente ;

- l'obligation de désigner un point de contact pour la réception des injonctions de retrait ;

- l'obligation de désigner un représentant légal lorsque le fournisseur de services d'hébergement n'est pas établi dans l'Union européenne.

Dans le cadre de ses prérogatives d'enquête, la commission dispose de divers pouvoirs pour mener des investigations, pénétrer dans des locaux, obtenir des informations, du matériel et de l'équipement, et solliciter des mandats de perquisition.

À l'issue de ses enquêtes, la commission est désormais habilitée à imposer une sanction financière administrative lorsqu'elle est convaincue, selon toute probabilité, qu'une infraction au règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne a été commise, en tenant compte des éléments suivants :

- la nature, la gravité et la durée de la violation ;
- le fait que la violation ait été commise de manière intentionnelle ou par négligence ;
- les violations commises précédemment par le fournisseur de services d'hébergement ;
- la solidité financière du fournisseur de services d'hébergement ;
- le degré de coopération du fournisseur de services d'hébergement avec la commission ;
- la nature et la taille du fournisseur de services d'hébergement ;
- le degré de responsabilité du fournisseur de services d'hébergement.

En cas d'infraction au règlement sur les contenus à caractère terroriste en ligne qui a pour origine ou pour effet un manquement systémique ou persistant à l'obligation de retirer les contenus à caractère terroriste ou de désactiver leur accès dans les meilleurs délais, la commission peut infliger une sanction financière administrative pouvant aller jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires global du fournisseur.

Regulation (EU) 2021/784 on addressing the dissemination of terrorist content online

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2021/784/oj>

Règlement (UE) 2021/784 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2021 relatif à la lutte contre la diffusion des contenus à caractère terroriste en ligne

<http://data.europa.eu/eli/reg/2021/784/oj>

Broadcasting Act 2009 (consolidated)

<https://revisedacts.lawreform.ie/eli/2009/act/18/revised/en/html>

Loi de 2009 relative à la radiodiffusion (consolidée)

Courts, Civil Law, Criminal Law and Superannuation (Miscellaneous Provisions) Act 2024

<https://www.irishstatutebook.ie/eli/2024/act/30/enacted/en/index.html>

Loi de 2024 relative aux juridictions, au droit civil, au droit pénal et aux pensions de retraite (dispositions diverses)

Courts, Civil Law, Criminal Law and Superannuation (Miscellaneous Provisions) Act 2024 (Part 7) (Commencement) Order 2024

<https://www.irishstatutebook.ie/eli/2024/si/486/made/en/print>

Loi de 2024 relative aux juridictions, au droit civil, au droit pénal et aux pensions de retraite (dispositions diverses) (partie 7) (entrée en vigueur), décret de 2024

[IE] Examen du respect par les plateformes en ligne du Règlement sur les services numériques de l'Union européenne

James Kneale
Ordre des avocats d'Irlande

Le 12 septembre 2024, la *Coimisiún na Meán* (ci-après « la commission »), à savoir l'autorité irlandaise de régulation des médias, a annoncé le début d'un examen officiel des régimes des plateformes en ligne afin de s'assurer que ces dernières respectent effectivement les obligations qui leur incombent au titre des articles 12 et 16 du Règlement sur les services numériques de l'Union européenne (ci-après « le règlement »).

En vertu de l'article 12 du Règlement sur les services numériques, les fournisseurs de services intermédiaires (services de simple transport, de mise en cache et d'hébergement) sont tenus de désigner un point de contact unique pour permettre aux utilisateurs de communiquer directement et rapidement avec eux par voie électronique et de manière conviviale. Les fournisseurs de services intermédiaires sont également tenus de mettre à la disposition du public les informations nécessaires pour que les destinataires du service puissent facilement identifier leur point de contact unique et communiquer avec eux.

Conformément à l'article 16 du règlement, les fournisseurs de services d'hébergement sont tenus de mettre en place des mécanismes qui permettent à toute personne physique ou morale de leur signaler la présence sur leur service d'éléments d'information spécifiques que la personne physique ou morale en question estime être des contenus illicites. Ces mécanismes doivent être faciles d'accès et conviviaux.

La commission a adressé des demandes d'informations à huit très grandes plateformes de services en ligne (TikTok, YouTube, X, Pinterest, LinkedIn, Temu, Meta et Shein) et à quatre autres plateformes en ligne (Dropbox, Etsy, Hostelworld et Tumblr) établies en Irlande, afin d'évaluer et de vérifier si elles respectent les obligations qui leur incombent au titre des articles 12 et 16 du Règlement sur les services numériques.

Une fois cette procédure de collecte d'informations achevée, la commission prévoit de s'entretenir avec les plateformes pour veiller à ce que leurs mécanismes de notification et leurs points de contact soient conformes aux exigences du Règlement sur les services numériques. La commission rappelle par ailleurs que si des problèmes persistent, elle peut émettre un avertissement de conformité pour enjoindre aux plateformes de remédier aux lacunes constatées et, en dernier ressort, ouvrir une enquête officielle susceptible de donner lieu à l'imposition de sanctions, comme des amendes.

Press release: Coimisiún na Meán opens review of online platforms' compliance with EU Digital Services Act



<https://www.cnam.ie/coimisiun-na-mean-opens-review-of-online-platforms-compliance-with-eu-digital-services-act/>

Communiqué de presse : la Coimisiún na Meán procède à une vérification du respect du Règlement sur les services numériques de l'UE par les plateformes en ligne

[IE] L'autorité de régulation irlandaise adopte un code de sécurité en ligne

Amélie Lacourt
Observatoire européen de l'audiovisuel

Le régulateur irlandais, *Coimisiún na Meán* (la Commission), a adopté la version finale du code de sécurité en ligne (le code) le 10 octobre et l'a publiée le 21 octobre, complétant ainsi le cadre général de la Commission en matière de sécurité en ligne. Ce cadre rend les services numériques responsables de la manière dont ils protègent les utilisateurs, et en particulier les enfants, contre les risques en ligne.

Le Code fait suite à la section 139K du Broadcasting Act 2009 et vise à garantir que les fournisseurs de services de médias virtuels prennent des mesures raisonnables pour assurer les protections prévues à l'article 28b(1)(a), (b) et (c) et à l'article 28b(2), y compris les mesures prévues à l'article 28b(3), et pour répondre aux exigences de l'article 9(1) de la directive révisée sur les services de médias audiovisuels. Conformément au principe du pays d'origine, le code s'appliquera aux plateformes de partage de vidéos (VSP) établies en Irlande.

Pour élaborer le code, la Commission a lancé un appel à contribution en juillet 2023, qui a reçu environ 1400 réponses, et une analyse des preuves disponibles sur les préjudices en ligne sur les VSP en septembre 2023. Le processus d'élaboration du Code a conduit à la collecte d'informations supplémentaires sur les opinions du public concernant la réglementation des plateformes, et enfin à une première consultation publique sur le projet de Code en décembre-janvier 2024. Conformément à l'article 19 de la loi sur la radiodiffusion, le Conseil a également créé un comité consultatif de la jeunesse pour l'aider et le conseiller dans l'exercice de ses fonctions de sécurité en ligne.

Lors de l'élaboration du code, le Conseil a particulièrement tenu compte des éléments suivants :

- l'opportunité pour les services de disposer de processus décisionnels transparents en ce qui concerne la fourniture et la modération du contenu
- l'impact de la prise de décision automatisée sur ces processus
- la nécessité pour toute disposition d'être proportionnée au regard de la nature et de l'ampleur des services auxquels le code s'applique
- les niveaux de disponibilité des contenus en ligne préjudiciables sur les services en ligne désignés
- les niveaux de risque d'exposition à des contenus en ligne préjudiciables lors de l'utilisation des services en ligne désignés

- les niveaux de risque de préjudice, et en particulier de préjudice pour les enfants, résultant de la disponibilité de contenu en ligne préjudiciable ou de l'exposition à ce contenu
- les droits des fournisseurs de services en ligne désignés et des utilisateurs de ces services
- la stratégie de conformité du commerce électronique préparée par la Commission.

La Commission a notifié le projet de code de sécurité en ligne à la Commission Européenne en vertu de la directive TRIS le 27 mai 2024 (voir : IRIS 2024-6:1/6). Ni la Commission européenne ni aucun des états membres n'a soumis d'avis circonstancié ou d'observations concernant le texte notifié au cours de la période de statu quo, conduisant à l'adoption du texte.

Les obligations des VSP portent donc notamment sur :

- L'interdiction du téléchargement ou du partage de contenus préjudiciables sur leurs services, y compris la cyberintimidation, l'incitation à l'automutilation ou au suicide et l'incitation aux troubles de l'alimentation, ainsi que l'incitation à la haine ou à la violence, le terrorisme, le matériel pédopornographique, le racisme et la xénophobie.
- L'utilisation de méthodes de vérification de l'âge pour empêcher les enfants d'être confrontés à la pornographie ou à la violence gratuite en ligne et la mise en place de mesures de vérification de l'âge, le cas échéant.
- La mise en place d'un contrôle parental pour les contenus susceptibles de nuire au développement physique, mental ou moral des enfants de moins de 16 ans.

Les obligations générales du code s'appliqueront à partir de novembre, et les plateformes disposeront d'une période de mise en œuvre pour certaines dispositions détaillées qui nécessitent un développement informatique. La Commission adoptera une approche prudente pour faire appliquer le code, en veillant à ce que les plateformes mettent en place des systèmes appropriés pour se conformer aux dispositions du code. Le code sera associé à d'autres mesures visant à protéger les utilisateurs contre les préjudices en ligne, notamment la loi sur les services numériques et le règlement relatif au contenu terroriste en ligne.

Selon Niamh Hodnett, commissaire chargée de la sécurité en ligne, « l'adoption du code de sécurité en ligne met fin à l'ère de l'autorégulation des médias sociaux. Le code fixe des règles contraignantes que les plateformes de partage de vidéos doivent respecter afin de réduire les dommages qu'elles peuvent causer aux utilisateurs. Nous veillerons à ce que les internautes connaissent leurs droits lorsqu'ils sont en ligne et nous demanderons des comptes aux plateformes et prendrons des mesures lorsqu'elles ne respectent pas leurs obligations ».

Online Safety Code



https://www.cnam.ie/wp-content/uploads/2024/10/Coimisiun-na-Mean_Online-Safety-Code.pdf

Code de sécurité en ligne

ITALIE

[IT] Adoption par l'AGCOM d'un projet de règlement sur la vérification de l'âge

Francesco Di Giorgi
Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)

Le 24 septembre 2024, l'Autorité italienne des communications (AGCOM) a validé le cadre réglementaire applicable aux méthodes techniques et procédurales de vérification de l'âge des utilisateurs (certification de l'âge ou vérification de l'âge), conformément à l'article 13-bis du décret-loi n° 123 du 15 septembre 2023, converti en loi n° 159 du 13 novembre 2023 (ci-après le « *decreto Caivano* »), assortie de modifications.

Plus précisément, l'article 13-bis du *decreto Caivano* (dispositions relatives à la vérification de l'âge pour l'accès aux sites web à caractère pornographique) a instauré en droit italien une interdiction d'accès des mineurs à des contenus à caractère pornographique, dans la mesure où ces contenus « portent atteinte au respect de leur dignité et compromettent leur équilibre physique et mental, ce qui représente un problème de santé publique ». Cette disposition impose aux opérateurs de sites web et aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos qui diffusent sur le territoire italien des images et des vidéos à caractère pornographique de vérifier l'âge de leurs utilisateurs afin d'empêcher que des mineurs de moins de dix-huit ans puissent accéder à ces contenus.

L'AGCOM a été chargée de définir les méthodes techniques et procédurales que les opérateurs de sites web et les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos devront adopter afin de vérifier l'âge de leurs utilisateurs, tout en garantissant un niveau de sécurité adéquat et proportionnel au risque et en respectant les principes de minimisation des données par rapport à cet objectif. Le règlement définitif est le résultat d'une consultation publique lancée dans le cadre de la résolution n° 61/24/CONS, à laquelle ont participé diverses parties prenantes, telles que d'autres institutions, des associations professionnelles, des associations de consommateurs et des plateformes de partage de vidéos (voir IRIS 2024-4:1/6). En outre, l'Autorité de protection des données à caractère personnel (*Garante per la protezione dei dati personali*) a rendu un avis favorable pendant et après la phase de consultation publique.

Le dispositif réglementaire, qualifié de règle technique au titre de l'article 1, paragraphe 1, lettre f) de la directive (UE) 2015/1535, a été immédiatement notifié à la Commission européenne, conformément à la procédure prévue par la directive susmentionnée. Son entrée en vigueur est donc subordonnée à l'expiration de la période de statu quo de 90 jours à compter du 16 octobre 2024,

ainsi qu'aux observations que la Commission et les autres États membres pourraient formuler au cours de cette période.

Les spécifications techniques adoptées dans le règlement prévoient un système de vérification de l'âge reposant sur le modèle du « double anonymat ». Par conséquent, les fournisseurs d'outils de vérification de l'âge ne sont pas autorisés à (1) savoir pour quel service la vérification de l'âge est effectuée, (2) savoir si deux vérifications de l'âge proviennent de la même source, ou (3) savoir si un utilisateur a déjà utilisé le système auparavant.

Le système élaboré par l'AGCOM prévoit la participation de tiers indépendants et certifiés pour la vérification de l'âge, dans le cadre d'un mécanisme en deux étapes bien distinctes, à savoir : (1) l'identification et (2) la vérification de l'âge de la personne identifiée, à chaque fois que le service réglementé est utilisé, par exemple pour la fourniture de contenus à caractère pornographique via un site web ou une plateforme.

Le processus de vérification de l'âge est subdivisé en trois phases distinctes, à l'exclusion des systèmes basés sur des applications installées sur le terminal de l'utilisateur :

1. La première étape consiste à obtenir, par exemple en accédant à un site web via un navigateur, une « preuve d'âge », après identification, délivrée par différentes parties indépendantes du fournisseur de contenus et qui disposent de l'identité de l'internaute. Il peut s'agir de fournisseurs d'identité numérique ou d'organisations qui ont identifié l'utilisateur dans un autre contexte. L'entité qui fournit la « preuve de vérification de l'âge » ne connaît pas l'usage qu'en fera l'utilisateur et doit être agréée par un organisme public afin de garantir la fiabilité du système d'identification utilisé.

2. La deuxième étape correspond à la communication de la preuve de vérification de l'âge, laquelle est transmise exclusivement à l'utilisateur, qui la présentera ensuite au site web ou à la plateforme visité(e). La « preuve de vérification de l'âge » peut, par exemple, être téléchargée directement par l'utilisateur sur le site web du certificateur, puis transmise par l'utilisateur au site web ou à la plateforme en question.

3. Enfin, la dernière étape concernera le site web ou la plateforme que l'utilisateur consultera, qui examinera la preuve de vérification de l'âge présentée et accordera ou refusera l'accès au contenu demandé (authentification).

Dans le cas de systèmes basés sur des applications installées sur le terminal de l'utilisateur, l'entité tierce chargée de la vérification de l'âge met à disposition une application permettant de certifier et de générer la « preuve de vérification de l'âge » (par exemple, les applications de portefeuille d'identité numérique ou les applications de gestion de l'identité numérique). L'utilisateur peut alors s'authentifier et apporter la preuve de son âge directement sur le site web ou la plateforme au moyen de l'application installée et du service prévu à cet effet.

L'AGCOM a opté pour une approche neutre sur le plan technologique, ce qui laisse aux entités réglementées chargées de mettre en œuvre des systèmes de vérification de l'âge une marge de manœuvre raisonnable pour déterminer et choisir les méthodes les plus adéquates.

L'AGCOM a également défini un certain nombre de principes et d'exigences qui devront être respectés par les systèmes mis en œuvre :

- **la proportionnalité** : un juste équilibre doit être ménagé entre les moyens utilisés pour la vérification de l'âge et leur incidence sur les droits individuels ;

- **la protection des données (exigence de confidentialité)** : les systèmes de vérification de l'âge doivent respecter la législation relative à la protection des données et les principes établis par le RGPD (minimisation des données, exactitude et limitation du stockage, notamment) ; par conséquent, les systèmes qui impliquent le traitement de données à caractère personnel, telles que les documents d'identité, les photographies ou les vidéos de l'utilisateur, les informations relatives aux cartes de crédit ou le profilage de l'utilisateur, ne sont pas autorisés ;

- **la sécurité** : le système de certification de l'âge doit prendre en compte les risques potentiels de cyberattaques et comporter des mesures de sécurité appropriées pour limiter ces risques (conformément au RGPD et à la proposition du règlement sur la cyberrésilience) ; le système doit également prévenir toute tentative de contournement.

- **l'exactitude et la fiabilité** : le système doit être suffisamment efficace pour réduire au maximum les erreurs dans la détermination de l'âge. La vérification de l'âge doit être effectuée à chaque fois que l'on accède à un site web ou à une plateforme qui diffuse des contenus à caractère pornographique. La validité d'une certification de l'âge prend fin dès lors que l'utilisateur quitte le service, que la session se termine, que le navigateur est fermé ou que le système d'exploitation passe en mode veille et, dans tous les cas, après 45 minutes d'inactivité.

- **la fonctionnalité, l'accessibilité, la simplicité d'utilisation et l'absence d'interférence avec l'accès aux contenus en ligne** : les systèmes de vérification de l'âge doivent être faciles à utiliser et adaptés aux capacités et aux spécificités des mineurs ;

- **l'inclusivité et la non-discrimination** : les systèmes de certification de l'âge doivent éviter ou minimiser les préjugés involontaires et les effets discriminatoires pour les utilisateurs ;

- **la transparence** : les entités réglementées doivent faire preuve de transparence à l'égard des utilisateurs à propos des systèmes et des données traitées, en leur donnant des explications claires, simples et complètes, tant pour les adultes que pour les mineurs ;

- **l'éducation et l'information** : l'AGCOM souligne l'importance d'informer et de sensibiliser les mineurs, les parents, les éducateurs et les professionnels de la jeunesse aux bonnes pratiques numériques et aux risques inhérents à internet ;
- **la gestion des plaintes** : les fournisseurs de services doivent proposer au minimum un mécanisme de réception et de traitement rapide des plaintes relatives à des décisions erronées concernant l'âge des utilisateurs.

Enfin, l'AGCOM a précisé que les méthodes techniques décrites ci-dessus devraient également s'appliquer à d'autres types de contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, au-delà des seuls contenus à caractère pornographique. En outre, l'AGCOM a prévu la création d'un comité technique chargé du suivi et de l'analyse des évolutions technologiques, juridiques et réglementaires dans le domaine des systèmes de certification de l'âge.

Schema di provvedimento su modalità tecniche e di processo per l'accertamento della maggiore età degli utenti

<https://www.agcom.it/comunicazione/comunicati-stampa/comunicato-stampa-del-07-ottobre-2024>

Projet de règlement sur les méthodes techniques et procédurales de vérification de l'âge des utilisateurs

TRIS - Notification detail

<https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/26368>

TRIS - Détails de la notification

<https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/fr/notification/26368>

PAYS-BAS

[NL] Les régulateurs néerlandais préconisent de nouvelles mesures pour protéger les enfants de la publicité des influenceurs

Ronan Ó Fathaigh
Institut du droit de l'information (IViR)

Le 7 octobre 2024, la plateforme néerlandaise de coopération en matière de réglementation numérique (*Samenwerkingsplatform Digitale Toezichthouders* – SDT), qui regroupe quatre grandes autorités de régulation néerlandaises, a publié une importante recommandation selon laquelle des mesures supplémentaires sont nécessaires pour protéger les enfants et les jeunes du marketing d'influence sur les médias sociaux. La SDT est une importante plateforme de coopération établie par l'Autorité néerlandaise de protection des consommateurs et du marché (*Autoriteit Consument en Markt* – ACM), l'Autorité néerlandaise des marchés financiers (*Autoriteit Financiële Markten* – AFM), l'Autorité néerlandaise de protection des données (*Autoriteit Persoonsgegevens* – AP) et l'Autorité néerlandaise des médias (*Commissariaat voor de Media* – CvdM) afin de coordonner l'application de la législation dans le secteur numérique (voir IRIS 2023-5/16 et IRIS 2022-4/20). À la suite de son dernier rapport commandé sur le marketing d'influence, les régulateurs de la SDT déclarent que les dispositions en vigueur en matière de marketing d'influence « semblent insuffisantes pour protéger les enfants et les jeunes », et que les enfants « ont bien souvent du mal à reconnaître cette forme de publicité ». Il est primordial que la SDT préconise des « mesures supplémentaires » pour protéger ce groupe vulnérable de cette influence commerciale.

Le rapport rappelle tout d'abord que lorsque les influenceurs font la promotion de produits, la loi néerlandaise relative aux médias et le code des médias sociaux et du marketing d'influence (voir IRIS 2023-10/18) leur imposent de faire preuve de transparence sur la promotion des produits. Dans de nombreux cas, les influenceurs sont tenus de faire figurer un avis de parrainage dans leur contenu, en précisant qu'ils perçoivent une rémunération ou tout autre avantage en échange de ce contenu. Le rapport de la SDT examine la meilleure façon de concevoir cette mention de parrainage. La meilleure façon de procéder est de faire en sorte que cette mention soit la plus visible possible, ce qui permet aux personnes qui visualisent le contenu du message de s'en rendre compte plus rapidement. Par exemple, les recherches menées dans le cadre du rapport indiquent que les mentions de parrainage sont plus efficaces lorsqu'elles sont placées sous forme de texte écrit dans le coin supérieur gauche ou au bas d'une image ou d'une vidéo. En outre, dans le cas des vidéos, il est préférable que les avis de parrainage apparaissent avant la vidéo, pendant au moins six secondes. L'uniformité de ces mentions contribue également à une meilleure identification. Les plateformes de médias sociaux elles-mêmes proposent des avis uniformisés.

Cependant, de nombreux influenceurs ne les utilisent pas, notamment parce qu'ils craignent les répercussions négatives que pourraient avoir ces avis de parrainage sur leur activité.

Le rapport indique notamment que les enfants et les jeunes ont moins conscience des techniques de persuasion employées par les influenceurs et les marques. Ils reconnaissent moins bien les publicités, même lorsque les sponsors sont indiqués. Et, lorsqu'ils les identifient, ils portent un regard bien moins critique que les adultes sur ces messages sponsorisés. Cette situation peut s'avérer problématique, puisqu'elle les rend plus vulnérables au risque de se faire influencer. Il est donc primordial, pour les mineurs, de préciser explicitement que l'influenceur a été payé pour s'assurer que les personnes qui le suivent apprécient le produit présenté.

Les régulateurs de la SDT estiment que des mesures supplémentaires sont absolument nécessaires pour protéger les mineurs. À cet égard, il est recommandé que le marketing d'influence effectué par des influenceurs moins connus soit également réglementé. Ils souhaitent en effet que les influenceurs de moindre notoriété soient également soumis à la loi relative aux médias, et par conséquent au contrôle de l'autorité néerlandaise des médias. Actuellement, et depuis 2022, l'Autorité des médias exerce une surveillance sur les influenceurs « les plus influents » qui sont tenus de s'enregistrer auprès de cette autorité en vertu de la loi relative aux médias, à savoir ceux qui totalisent au moins 500 000 *followers* ou abonnés (voir l'IRIS 2023-10/18). En outre, dans le cadre de cette surveillance, l'Autorité des médias portera une attention particulière aux mentions de parrainage des influenceurs dont les contenus s'adressent aux mineurs. Il est particulièrement important que les mentions de parrainage soient formulées de manière plus explicite pour les jeunes enfants, et des versions plus percutantes que les mentions classiques peuvent permettre aux enfants de mieux identifier ces publicités. Enfin, afin que les mentions de parrainage puissent être mieux comprises par les enfants et les jeunes, il importe de mettre l'accent sur l'éducation aux médias à l'école, ce à quoi les influenceurs peuvent également contribuer en partageant des messages ou des vidéos dans lesquels ils expliquent clairement le rôle de ces mentions.

Autoriteit Consument & Markt, Extra maatregelen nodig voor minderjarigen om influencer-reclame te kunnen herkennen, 7 oktober 2024

<https://www.acm.nl/nl/publicaties/extra-maatregelen-nodig-voor-minderjarigen-om-influencer-reclame-te-kunnen-herkennen>

Autorité néerlandaise de protection des consommateurs et du marché, Mesures supplémentaires nécessaires pour permettre aux enfants d'identifier les publicités des influenceurs, 7 octobre 2024

[NL] Projet de règlement sur l'exonération de l'obligation d'investissement pour les services de médias audiovisuels à la demande

Ronan Ó Fathaigh
Institut du droit de l'information (IViR)

Le 1^{er} octobre 2024, l'Autorité néerlandaise des médias (*Commissariaat voor de Media* – CvdM) a publié un vaste projet de règlement sur l'exonération de l'obligation d'investissement pour les services de médias audiovisuels à la demande. Cette initiative fait suite à la promulgation de la modification apportée à la loi néerlandaise relative aux médias, qui impose aux plateformes de diffusion en continu, dont le chiffre d'affaires annuel aux Pays-Bas est supérieur à 10 millions EUR, d'investir 5 % de ce chiffre d'affaires dans des productions audiovisuelles néerlandaises, telles que des séries, des films et des documentaires (voir IRIS 2024-1/15, IRIS 2023-7/10 et IRIS 2022-8/16). Ce nouveau projet de règlement comporte un certain nombre de dispositions sur la manière dont les exonérations de ces obligations d'investissement peuvent être sollicitées.

Depuis le 1^{er} janvier 2024, certains fournisseurs de services de médias audiovisuels à la demande sont tenus d'investir dans des contenus audiovisuels néerlandais. Cette obligation d'investissement, qui se fonde sur l'article 13(2) de la directive européenne Services de médias audiovisuels, vise à renforcer l'offre audiovisuelle néerlandaise et se justifie par la pression croissante qui pèse sur les productions audiovisuelles néerlandaises du fait de l'évolution du paysage médiatique et de la nette augmentation des offres distribuées et diffusées par des acteurs internationaux, notamment. L'obligation d'investissement ne s'applique pas à tous les fournisseurs de services de médias à la demande. Elle s'applique uniquement si le service de médias à la demande concerné réalise un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions EUR par exercice financier. Ainsi, si le chiffre d'affaires dépasse ce seuil, le fournisseur est tenu d'investir 5 % de son chiffre d'affaires dans des contenus audiovisuels culturels néerlandais, dont la moitié au moins dans des documentaires, des séries documentaires, des séries de fiction ou des longs métrages.

Ce nouveau projet de règlement prévoit que la CvdM est habilitée à accorder une exonération dans des cas exceptionnels. Premièrement, en vertu de l'article 2(1), la CvdM peut accorder une exonération de l'obligation d'investissement si le fournisseur lui démontre de manière satisfaisante que le respect de l'obligation serait « pratiquement impossible » ou « injustifié compte tenu de la nature ou de l'objet du service de médias en question », ou de l'utilisation de « formats innovants ». Deuxièmement, afin de déterminer si une exonération est applicable, la CvdM peut en toute circonstance tenir compte de la nature et de la taille du groupe cible d'un service de médias ou de circonstances économiques spécifiques pour le fournisseur. La CvdM peut également tenir compte des exigences spécifiques qui s'appliquent à l'obligation d'investissement, comme par exemple l'obligation pour le fournisseur d'utiliser la moitié du montant à investir pour un

film documentaire, une série documentaire, une série de fiction ou un long métrage, pour lesquels une durée minimale spécifique est toujours requise. Cependant, compte tenu de la finalité de l'obligation d'investissement, il est essentiel de rappeler qu'une exonération doit uniquement être accordée dans des cas particulièrement exceptionnels. En effet, le seul fait que le fournisseur produise ou offre peu ou aucun contenu audiovisuel culturel néerlandais ne saurait constituer « un motif d'exonération suffisant ».

Le règlement précise que toute demande d'exonération doit être déposée au plus tard le 1^{er} juillet de l'année qui suit l'exercice pour lequel l'exonération est sollicitée. La demande doit comporter toutes les informations pertinentes sur la base desquelles la CvdM pourra rendre une décision. Si un fournisseur offre plusieurs services de médias audiovisuels à la demande, une demande doit être déposée pour chaque service de médias audiovisuels à la demande. Il est par ailleurs prévu que la CvdM accorde en général une exonération pour la durée d'un exercice financier. Dans certains cas exceptionnels, une durée maximale de trois exercices peut être accordée. En définitive, la CvdM peut révoquer ou modifier une exonération. Par exemple, à la demande du fournisseur, en cas de modification notable des circonstances ou s'il s'avère que des informations erronées ou incomplètes ont été communiquées dans la demande d'exonération. Le fournisseur est tenu de signaler à la CvdM toute évolution des circonstances sur la base desquelles une exonération a été accordée.

La CvdM a demandé aux parties prenantes et aux parties intéressées de formuler leurs observations sur le projet de règlement, dont la période de consultation prendra fin le 29 octobre 2024.

Dutch Media Authority, Authority consults on draft Regulation on exemption from investment obligation for on-demand audiovisual media services, 1 October 2024

Autorité néerlandaise des médias, l'Autorité lance une consultation au sujet du projet de règlement sur l'exonération de l'obligation d'investissement pour les services de médias audiovisuels à la demande, 1er octobre 2024

[NL] Publication par l'Autorité néerlandaise de protection des consommateurs et du marché de lignes directrices relatives au Règlement sur les services numériques applicables aux fournisseurs de services intermédiaires

Valentina Golunova
Université de Maastricht

Le 12 septembre 2024, l'Autorité néerlandaise de protection des consommateurs et du marché (*Autoriteit Consument en Markt* – ACM) a publié ses lignes directrices relatives aux obligations de diligence raisonnable applicables aux fournisseurs de services intermédiaires au titre du Règlement sur les services numériques (*Digital Services Act* – DSA). Ces lignes directrices visent à accompagner les entreprises néerlandaises dans la complexité du cadre législatif mis en place par le Règlement sur les services numériques (DSA). Elles devraient également contribuer à faciliter la mise en œuvre et l'application du règlement sur le territoire néerlandais.

Les dispositions du Règlement sur les services numériques s'appliquent à tous les fournisseurs de services intermédiaires depuis le 17 février 2024. Il subsiste toutefois de nombreuses interrogations quant à son contenu et à son application concrète. L'ACM précise dans ses lignes directrices quels sont les services concernés par le règlement, quelles sont les obligations spécifiques imposées à chaque catégorie de fournisseurs et comment ces derniers doivent se conformer à ces obligations. Ces lignes directrices concernent cinq catégories d'obligations de diligence raisonnable, à savoir (1) la modération des contenus, (2) l'accessibilité et la communication, (3) la protection des mineurs, (4) l'influence sur les utilisateurs et (5) la fiabilité des places de marché en ligne de type B2C (*Business-to-Consumer*).

La partie introductive des lignes directrices (chapitre 1) offre une vue d'ensemble du Règlement sur les services numériques (DSA). Elle rappelle ses principaux objectifs et précise comment elle complète le cadre législatif de l'Union européenne relatif aux services de la société de l'information. Elle énumère et précise ensuite les obligations de diligence raisonnable spécifiquement applicables aux fournisseurs de services intermédiaires (chapitre 2), aux fournisseurs de services d'hébergement (chapitre 3), aux plateformes en ligne (chapitre 4) et aux places de marché en ligne de type B2C (*Business-to-Consumer*) (chapitre 5). Le caractère asymétrique des dispositions du Règlement sur les services numériques transparaît également dans le tableau qui accompagne les lignes directrices (annexe I).

Un projet de lignes directrices avait été initialement publié par l'ACM le 18 janvier 2024, et les parties prenantes étaient invitées à formuler leurs observations avant le 16 février 2024. L'ACM a reçu au total 17 réponses écrites et confidentielles. La nouvelle version des lignes directrices comporte les observations formulées, et les

modifications les plus pertinentes sont énumérées dans le document distinct qui accompagne ces lignes directrices.

Le 21 novembre 2024, l'ACM tiendra par ailleurs une session d'information en ligne pour toutes les parties intéressées qui souhaitent obtenir davantage d'informations sur l'impact que pourrait avoir le règlement relatif aux services numériques sur leurs activités commerciales.

L'ACM est appelé à agir en tant que coordinateur national des services numériques aux Pays-Bas. Cependant, bien que l'ACM ait été provisoirement désignée à cette fonction par le décret de la ministre de l'Économie et de la Politique climatique, il n'est pas habilité à exercer l'ensemble des pouvoirs coercitifs prévus par le règlement, dans la mesure où la loi néerlandaise de transposition du Règlement sur les services numériques n'a pas encore été adoptée. Cette loi devrait être adoptée au début de l'année 2025.

DSA Guidelines - due diligence obligations of providers of intermediary services

Lignes directrices relatives au Règlement sur les services numériques - obligations de diligence des fournisseurs de services intermédiaires

Amendments to the DSA Guidelines following consultation

Modifications apportées aux lignes directrices relatives au Règlement sur les services numériques après consultation

NORVÈGE

[NO] Autorité norvégienne des médias : présentation des principales conclusions du code de bonnes pratiques en matière de désinformation

Audun Aagre

Le Règlement sur les services numériques (*Digital Services Act* - DSA) et le code de bonne pratique en matière de désinformation comportent des mesures de transparence applicables aux moteurs de recherche, aux médias sociaux et aux autres plateformes en ligne. Le code de bonnes pratiques n'est pas contraignant, mais il est toutefois considéré comme une mesure d'atténuation des risques en application des dispositions relatives aux risques systémiques des articles 34 et 35 du Règlement sur les services numériques.

L'Autorité norvégienne des médias (ANM) a évalué les trois premiers rapports du code de bonnes pratiques des principaux fournisseurs et services, tels que Google (YouTube, Google Advertising), Meta (Instagram, Facebook), ByteDance (TikTok) et Microsoft (LinkedIn, Microsoft Advertising).

L'ANM a publié un tableau de bord illustrant l'évolution dans le temps de certains indicateurs, tels que le nombre de messages de désinformation supprimés, de faux comptes et de tentatives de démonétisation. Ce tableau de bord est disponible en anglais sur le site de l'ANM.

Les rapports apportent de précieuses informations sur les mesures prises par les très grandes plateformes en ligne pour lutter contre la désinformation. Par exemple, TikTok a déclaré avoir supprimé plus de 90 millions de faux comptes dans l'EEE au cours du second semestre 2023, contre 6 millions au cours du premier semestre 2023. Au cours de la même période, le nombre de publicités supprimées du fait d'une infraction aux principes en matière de désinformation sur l'ensemble des plateformes analysées dans l'EEE est passé de 13 millions à 80 millions.

Toutefois, en 2024, les rapports reflètent une diminution significative de la modération des contenus de désinformation, des faux comptes et des contrôles de vérification des faits. Le nombre de messages supprimés pour cause de désinformation est en diminution, passant de 330 000 à 311 000 et désormais à 295 000. Le nombre de faux comptes supprimés a considérablement baissé, passant de 101 millions dans le rapport précédent à 55 millions dans le dernier rapport. Le nombre de contenus déclarés comme ayant fait l'objet d'une vérification a chuté de 68 millions à 31 millions en l'espace de six mois. Le nombre de publicités à caractère politique autorisées est passé de 720 000 à 1 million au cours des six derniers mois. Le nombre de publicités rejetées a légèrement augmenté, passant de 690 000 à 742 000. Les suppressions de

publicités comportant des éléments de désinformation sont passées de 13 millions au premier semestre 2023 à 81 millions au second semestre, puis à 69 millions au premier semestre 2024.

Dans son évaluation des rapports, l'autorité norvégienne des médias a notamment observé que :

- La plupart des plateformes déclarent avoir adopté des mesures d'atténuation des risques liés à la désinformation. La qualité des comptes rendus s'améliore depuis le dernier rapport.
- Les rapports traitent de manière satisfaisante la question de la modération des contenus et de la responsabilité des utilisateurs, mais n'abordent pas de manière suffisamment détaillée les indicateurs relatifs à la responsabilité des plateformes, tels que les risques liés aux systèmes de recommandation et à l'amplification algorithmique des fausses informations et de la désinformation.
- Les rapports de Meta contiennent des chiffres approximatifs. En outre, certains indicateurs sont présentés à l'échelle mondiale, et non à celle de l'EEE. Meta est la seule plateforme qui n'établit aucun rapport sur les pays de l'EEE et de l'AELE. Selon l'Autorité norvégienne des médias, ces lacunes compliquent le travail de comparaison des mesures pour un certain nombre d'indicateurs.
- Les rapports sur les mesures qui visent à atténuer les risques liés à la manipulation des élections et à la désinformation générée par l'IA donnent de précieuses indications sur la manière dont les autorités de régulation et les plateformes peuvent collaborer pour garantir la tenue d'élections libres.

Au vu de ces évaluations, l'Autorité norvégienne des médias a émis plusieurs recommandations, parmi lesquelles les suivantes :

- Meta doit améliorer la qualité et l'exactitude de ses comptes rendus et y inclure les pays de l'EEE et de l'AELE. La transformation du code de bonnes pratiques en un code de conduite pourrait contribuer à améliorer la situation.
- Il convient d'élaborer une méthodologie qui permette d'évaluer de manière indépendante l'efficacité des mesures prises par les plateformes, sur la base des dispositions relatives au risque systémique du Règlement sur les services numériques (DSA).

NMA Dashboard

<https://www.medietilsynet.no/english/code-of-practice-on-disinformation-in-numbers/>

Tableau de bord de l'ANM

De globale plattformenes etterlevelse av bransjenormen mot desinformasjon

https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/bransjenorm-desinfo/240909_plattformenes etterlevelse bransjenormen desinformasjon.pdf

Respect par les plateformes mondiales des normes du secteur en matière de lutte contre la désinformation

PORTUGAL

[PT] Les chaînes de télévision linéaires respectent les mesures d'accessibilité mais les opérateurs de services de vidéo à la demande se montrent moins ambitieux

Elsa Costa e Silva
Universidade do Minho

Les services audiovisuels linéaires portugais ont respecté leurs obligations en 2023 concernant les mesures d'accessibilité pour les audiences ayant des besoins particuliers. Un récent rapport de l'Autorité portugaise de régulation des médias (ERC) a évalué le niveau de conformité avec le plan pluriannuel entré en vigueur en janvier 2022 et a constaté que certains objectifs avaient même été dépassés. La situation est en revanche moins satisfaisante dans le secteur des services audiovisuels à la demande, puisqu'aucune évolution significative n'a été constatée en 2023 par rapport à l'année précédente.

À la suite de la transposition de la Directive Services de médias audiovisuels (SMA) en 2020, le régulateur des médias a validé un plan pluriannuel auquel les opérateurs doivent se conformer, qui fixe des exigences minimales à respecter, à savoir un nombre donné d'heures de diffusion avec différents outils d'inclusivité. Différentes mesures s'appliquent aux divers fournisseurs de services, et le radiodiffuseur de service public doit quant à lui se conformer à un plus grand nombre de dispositions. Les fournisseurs de services de vidéo à la demande (VOD) sont également soumis à un certain nombre d'autres obligations. Ce plan d'action est en vigueur jusqu'en décembre 2025 et comporte deux phases afin de permettre aux services d'adopter progressivement les nouvelles mesures, conformément aux dispositions de la Directive Services de médias audiovisuels, selon lesquelles les radiodiffuseurs télévisuels et les services de vidéo à la demande doivent constamment et progressivement améliorer l'accessibilité de leurs services audiovisuels aux personnes qui présentent des besoins particuliers.

Les principales mesures d'accessibilité qui concernent les radiodiffuseurs linéaires (chaînes de télévision commerciales et de service public) sont le sous-titrage personnalisé, la présence d'un interprète en langue des signes portugaise pour les personnes malentendantes et l'audiodescription pour les personnes atteintes d'une déficience visuelle. Ces mesures ne concernent toutefois pas une grande proportion de la programmation en termes d'heures. Les services de vidéo à la demande utilisent davantage les fonctionnalités associées à la visualisation sur ordinateur, parmi lesquelles le sous-titrage, l'audiodescription et les raccourcis clavier sont les plus courantes. Les informations sur les mesures d'accessibilité sont présentées sur le site web de chaque service de VOD, mais aucune information n'est donnée sur la proportion du catalogue où ces fonctionnalités sont disponibles.

Même s'il subsiste quelques obstacles mineurs à surmonter pour atteindre l'ensemble des objectifs, notamment en ce qui concerne le sous-titrage des programmes diffusés en direct, le rapport de l'autorité de régulation indique que la plupart des obligations imposées à la télévision linéaire ont, en fait, été dépassées. C'est le cas pour le sous-titrage, la présence d'un interprète en langue des signes portugaise et l'audiodescription.

Le rapport précise que les opérateurs de services de vidéo à la demande se sont montrés moins enclins à mettre en œuvre des mesures d'accessibilité et qu'en raison de l'absence de progrès dans ce domaine, l'autorité de régulation a invité ces fournisseurs de contenus à élaborer des projets plus ambitieux pour intégrer l'accessibilité dans leurs catalogues.

Accessibility of television programme services and on-demand audiovisual services in 2023

Accessibilité des services de programmes télévisés et des services audiovisuels à la demande en 2023

ETATS-UNIS D'AMÉRIQUE

[US] Le gouverneur de Californie a opposé son veto au projet de Loi SB 1047 relative à la sécurité des modèles d'Intelligence artificielle

Maria Bustamante

Le sénateur Wiener a proposé, le 7 février 2024, le projet de loi SB 1047 relatif à l'innovation sans risque et sécurisée des modèles d'intelligence artificielle d'avant-garde (*Safe and Secure Innovation for Frontier Artificial Intelligence Models Act*). Pour plus d'information sur ce projet de loi, voir IRIS 2024-7:1/3. Le projet de loi a été adopté le 21 mai par le Sénat, à 32 voix contre 1.

Le projet de loi a été considérablement modifié par Wiener le 15 août 2024, en réponse aux conseils de l'industrie. Les amendements comprenaient l'ajout de clarifications et la suppression de la création d'une « Division du modèle de frontière » et de la sanction pour parjure.

Le 28 août, le projet de loi a été adopté par l'Assemblée nationale à 48 voix contre 16. Puis, suite aux amendements, le projet de loi a été de nouveau voté par le Sénat et adopté à 30 voix contre 9.

Ce projet de loi ayant pour objectif de minimiser les risques associés à l'Intelligence artificielle et d'établir des normes de sécurité que les entreprises du secteur devront respecter, a cependant été bloqué par l'opposition de veto du gouverneur Gavin Newsom le 29 septembre.

Selon le gouverneur californien, c'est à cause de l'imprécision liée à l'application du projet de loi et à ses conséquences, qu'il a pris la décision de bloquer la mise en place de cette réglementation. « Même si celui-ci est bien intentionné, il ne tient pas compte du fait qu'un système d'Intelligence artificielle est déployé dans des environnements à haut risque ou implique une prise de décision critique. » explique-t-il. Il continue son raisonnement : « Le projet de loi applique des normes strictes même aux fonctions les plus basiques dès lors qu'un grand système les déploie. Je ne pense pas qu'il s'agisse de la meilleure approche pour protéger le public des menaces réelles posées par la technologie ».

Les députées démocrates américaines Zoe Lofgren et Nancy Pelosi ont salué la décision de Gavin Newsom. Dans un communiqué, Zoe Lofgren a exprimé son opinion selon laquelle cette question devrait être abordée au niveau fédéral, tant aux États-Unis qu'à l'international, afin de faciliter la conformité des entreprises qui conçoivent et mettent en œuvre des systèmes d'IA avec la loi.

Par ailleurs, Daniel Castro, vice-président de l'ITIF (Information Technology and Innovation Foundation), une association qui promeut les politiques publiques d'innovation technologique, a mis en avant dans un communiqué, les autres

projets de loi californiennes relatives à l'IA signés par le gouverneur Newsom. Ces autres projets concernent principalement les *deepfakes* et les reproductions numériques. Le gouverneur californien a déclaré avoir approuvé 17 lois en l'espace de 30 jours pour réguler l'IA générative.

Ce blocage a suscité l'inquiétude d'éminents entrepreneurs technologiques de la Silicon Valley, qui craignent une éventuelle stagnation de l'innovation liée à l'Intelligence Artificielle. Cette situation pourrait donner un avantage significatif aux autres pays dans le développement de futurs outils dans ce domaine.

SB-1047 Safe and Secure Innovation for Frontier Artificial Intelligence Models Act

https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=202320240SB1047

Projet de loi SB-1047 relatif à l'innovation sans risque et sécurisée des modèles d'intelligence artificielle d'avant-garde



Une publication
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel