

La revue
européenne
des médias
et du numérique

n° 54

printemps – été
2020

MAKERS

Câble
Dunant

Infodémie

Journalisme et
objectivité

FENÊTRE D'OVERTON

Chine – USA
expulsions de journalistes

STOPCOVID

Allemagne
et espionnage

CONCURRENCE

et DROIT VOISIN

La BBC

Libération

PragerU

UN TRIMESTRE EN EUROPE



DROIT

- 5 Covid-19. Lancement de l'application StopCovid après l'avis positif de la Cnil
- 8 Covid-19. Protection ou surveillance par drone et respect de la vie privée
- 10 L'Autorité de la concurrence au secours du droit voisin des éditeurs et agences de presse
- 15 Limitation des informations relatives aux internautes que les agents de la Hadopi peuvent obtenir des opérateurs de communications électroniques
- 17 Contrôle de l'honnêteté de l'information et pouvoir de sanction du Conseil supérieur de l'audiovisuel
- 18 Hongrie : parti politique qualifié « d'extrême droite » et limitation de l'interdiction, faite aux journalistes, d'exprimer une opinion
- 20 Déréférencement d'un moteur de recherche accessible en Europe
- 22 En Allemagne, la loi autorisant l'espionnage des étrangers jugée inconstitutionnelle
- 24 L'Autorité de la concurrence inflige une amende géante à Apple
- 25 Les chauffeurs Uber sont bien des salariés selon la Cour de cassation
- 28 Anti-concentration : les groupes européens veulent de nouvelles marges de manœuvre

TECHNIQUES

- 31 Covid-19. Enjeux techniques de l'application de traçage numérique StopCovid
- 35 Covid-19. Supercalculateur et calcul distribué

- 36 La 5G et l'IA stimulent la demande de brevets européens
- 39 Google inaugure Dunant en France, son second grand câble sous-marin détenu en propre

ÉCONOMIE

- 41 Covid-19. Les chiffres du marché publicitaire des grands médias
- 44 Covid-19. Disney+ lancé en Europe, les chiffres de la SVOD s'envolent
- 46 Après *Nice-Matin*, Xavier Niel sauve *France-Antilles. Paris-Normandie* à son tour menacé
- 48 *Libération* devient le premier quotidien national à but non lucratif
- 49 Menacée au Royaume-Uni, la BBC s'impose sur internet et à l'international
- 51 Le Royaume-Uni entre enfin dans la convergence fixe-mobile

USAGES

- 53 Covid-19. L'ampleur de la « seconde maladie », la « désinfodémie »
- 56 Covid-19. Le mouvement des *makers* au service de la lutte contre l'épidémie
- 58 Covid-19. La vie en ligne. Médias, numérique et confinement en France
- 60 Cinéma européen : « 21 % des réalisateurs sont des réalisatrices »

REPÈRES & TENDANCES



AILLEURS

- 63 Covid-19. La Chine et les États-Unis expulsent leurs journalistes
- 66 Australie, États-Unis : agences de presse et journaux en péril
- 68 Sprint & T-Mobile : la dernière des fusions ?

LES ACTEURS GLOBAUX

- 71 PragerU : les plateformes sont-elles libres de modérer les contenus postés par leurs utilisateurs ?
- 77 Huawei imagine l'après-Google

À RETENIR

- 80 Fenêtre d'Overton
- 83 Un chiffre ou deux...

À LIRE EN LIGNE

- 84 Intelligence artificielle, une approche européenne axée sur l'excellence et la confiance, Commission européenne, 19 février 2020
- 85 Une stratégie européenne pour les données, Commission européenne, 19 février 2020
- 87 Le numérique au service de la transformation de l'action publique, Cour des comptes, février 2020

ARTICLES & CHRONIQUES



90 L'« infodémie » et ses nombreux responsables

Alexandre Joux

98 Journalisme : mort et renaissance de l'objectivité

Mark Lee Hunter et
Luk N. Van Wassenhove

Responsable de la publication : Francis Balle

Comité de rédaction : Francis Balle,
Alexandre Joux, Françoise Laugée

Rédactrice en chef : Françoise Laugée

Correctrice : Nicole Gendry

Graphiste : Damien Cazeils

Assistant éditorial : Stefanos Pnevmatikos

Administrateur du site web :

Jacques-André Fines Schlumberger

I ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO I

Boris Barraud

Enseignant-chercheur à l'Université de Grenoble-Alpes, membre du Centre de recherches juridiques (CRJ, EA 1965)

Emmanuel Derieux

Professeur à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas

Jacques-André Fines Schlumberger

Entrepreneur, docteur en sciences de l'information et de la communication, enseignant à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas

Mark Lee Hunter

Cofondateur du Stakeholder Media Project à l'Insead et du Future Media Management Programme à la Stockholm School of Economics de Riga, Lettonie

Alexandre Joux

Directeur de l'École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille Université, Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC EA 7492)

Françoise Laugée

Ingénieur d'études à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas, IREC (Institut de recherche et d'études sur la communication)

Philippe Mouron

Maître de conférences HDR en droit privé à Aix-Marseille Université, (LID2MS)

Luk N. Van Wassenhove

Professeur à l'Insead, cofondateur du Stakeholder Media Project et directeur du Humanitarian Research Group de l'Insead

I COMITÉ DE PATRONAGE I

Alberto Arons de Carvalho

Professeur des universités (Portugal)

Roger de la Garde

Professeur associé, Université Laval (Canada)

Elihu Katz

Professeur, The Annenberg School of Communication, Université de Pennsylvanie (États-Unis)

Vincent Kaufmann

Professeur, Université St. Gallen (Suisse)

Soel-ah Kim

Professeur, Université Korea (Corée du Sud)

Robin E. Mansell

Professeur, London School of Economics (Royaume-Uni)

Eli Noam

Professeur, Université Columbia (États-Unis)

Habil Wolfgang Schulz

Professeur, Université de Hambourg (Allemagne)

La revue européenne des médias et du numérique

IREC – Université Paris 2

122 rue de Vaugirard - 75006 Paris

Contact et abonnements

<http://la-rem.eu>

01 53 63 88 99



UN TRIMESTRE EN EUROPE

DROIT

Covid-19. **Lancement de l'application StopCovid après l'avis positif de la Cnil**

« *Application Covid-19: comment désactiver l'installation installée automatiquement, en douce, sur son téléphone cellulaire* ». Ainsi s'intitule l'une des fausses informations colportées par plusieurs sites web dans le sillage de la crise sanitaire liée à l'épidémie de coronavirus. Celle-ci a rapidement été dénoncée par le service « Les Décodeurs » du *Monde*.

! information s'appuie sur un fond de vérité car il existe bien des fonctionnalités de traçage installées sur les smartphones dotés d'un système d'exploitation Android ou IOS. Cependant, celles-ci n'ont aucun rapport avec l'application StopCovid, qui a été développée par l'Inria (Institut national de recherche en sciences et technologies du numérique) en utilisant un protocole garantissant la « souveraineté technologique »¹ (voir *infra*).

A également été démentie la rumeur selon laquelle l'application serait à même d'accéder à la liste des contacts de chaque utilisateur. Comme tout sujet sensible impliquant les libertés fondamentales, l'application StopCovid n'a cessé de déclencher ce type de polémiques et de rumeurs infondées. Pour

rappel, elle participe du programme de déconfinement mis en place par le gouvernement depuis début mai 2020 et intègre l'écosystème des traitements de données pour le suivi de l'épidémie, les deux autres étant les services Contact Covid et SI-DEP².

L'application a pour objectif d'informer les personnes du risque de contamination au Covid-19 lorsqu'elles ont été en contact pendant les quinze derniers jours avec une autre personne testée positive. Elle n'a pas pour finalité de suivre les personnes effectivement infectées, mais seulement de tracer les contacts entre au moins deux personnes utilisant l'application et de les informer d'un éventuel risque d'infection. Celui-ci est établi lorsque deux personnes se sont trouvées à moins d'un mètre l'une de l'autre pendant une durée d'au moins quinze minutes. Pour cela, l'application utilise un dispositif de traçage des téléphones portables reposant sur la technologie Bluetooth. Encadrée d'un certain nombre de garanties, son installation repose sur le volontariat des utilisateurs.

Le rappel à la prudence initialement formulé par la Cnil

La Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) avait déjà publié un premier avis le 24 avril 2020, dans lequel elle attirait l'attention du gouvernement sur un certain nombre de points³.

Si le dispositif lui semblait globalement satisfaisant pour un suivi de l'épidémie, elle rappelait la nécessité d'intégrer l'usage de cette application dans une politique plus globale, celle-ci ne pouvant reposer sur une seule solution technologique. En cela, elle invitait à bien circonscrire la base légale de ce traitement de données personnelles et à respecter scrupuleusement le principe de minimisation. Seules les données strictement nécessaires au suivi de l'épidémie peuvent être collectées, pour une durée qui doit elle-même être adéquate eu égard aux finalités précitées. Surtout, elle rappelait les risques que fait peser cette application sur le droit au respect de la vie privée, puisqu'elle permet de retracer les contacts physiques entre personnes. Ces risques sont d'autant plus importants que l'application a vocation à être déployée dans une partie substantielle de la population et qu'elle porte

sur des données sensibles, à savoir l'état de santé. [Par ailleurs, la Cnil dénonce le risque d'accoutumance à ce nouveau type de traitements de données, lesquels ne peuvent que dégrader le niveau de protection des libertés fondamentales.](#) Une bonne information des personnes doit pour cela lever toutes les incertitudes sur le recours à ce dispositif, qui doit rester exceptionnel. Ces observations ayant été prises en compte par le gouvernement dans son projet de décret, la Cnil a confirmé son « feu vert » dans le second avis, en date du 25 mai 2020⁴.

Le respect des principes de proportionnalité et de *Privacy by Design*

De manière générale, la Cnil a relevé la conformité de l'application aux principes de proportionnalité de *Privacy by Design* (protection de la vie privée dès la conception). Les atteintes portées au droit au respect de la vie privée sont en effet strictement proportionnées au regard de l'objectif à valeur constitutionnelle de protection de la santé, l'urgence de la situation justifiant le caractère exceptionnel du dispositif mis en œuvre. Tout en réitérant l'obligation de respecter une certaine « prudence », la Commission estime que l'application présente des garanties suffisantes au regard du respect des libertés fondamentales ainsi que des exigences du RGPD et de la loi du 6 janvier 1978.

À ce titre, l'utilisation de StopCovid n'est qu'un moyen parmi d'autres pour lutter contre l'épidémie en traçant les chaînes de transmission. [Elle présenterait ainsi une utilité minimale en complément des autres dispositifs, notamment parce qu'elle permettrait de sensibiliser les personnes aux risques d'exposition et à engager les démarches adéquates en cas de contamination.](#) Cette utilité demeure même dans l'hypothèse où elle ne serait pas téléchargée par une partie importante de la population. Sur ce point, l'utilisation de l'application doit reposer sur le volontariat et ne saurait entraîner de rupture d'égalité pour les personnes ne l'ayant pas installée.

S'agissant des données traitées, seules celles qui sont relatives aux personnes exposées au virus, et non les seules personnes contaminées, seront diffusées. Le

transfert de l'historique des contacts d'une personne infectée ne pourra se faire que grâce à un code à usage unique remis par un professionnel de santé après un dépistage positif, sans possibilité d'identification. La base ne pourra donc pas faire l'objet d'une utilisation malveillante. En cela, l'application poursuit bien l'objectif de dresser une liste de contacts, les données étant par ailleurs pseudonymisées de façon aléatoire par un dispositif à renouvellement périodique. De plus, le recours à la technologie Bluetooth, plutôt qu'à un système de géolocalisation, limite les risques d'atteintes à la vie privée, en ce qu'elle ne relèvera que l'existence de contacts physiques entre au moins deux personnes sans égard pour leurs interactions. La Cnil attire malgré tout l'attention sur la nécessité d'insérer un dispositif de désactivation dans l'application, ce afin d'éviter les faux positifs. Certaines situations pourraient en effet entraîner un relevé automatique de contacts, alors même qu'elles ne présenteraient pas de risques de contamination. Tel est le cas par exemple d'une consultation médicale, le professionnel de santé étant présumé être protégé par le port du masque et le respect des mesures sanitaires.

La Commission attache également une importance particulière aux finalités du traitement, qui devront être communiquées aux utilisateurs sous une forme claire et lisible, y compris pour les mineurs. Ces finalités sont au nombre de quatre, à savoir l'information sur le risque de contamination ; la sensibilisation quant aux symptômes de la maladie ; l'orientation des personnes vers des acteurs de santé pour prise en charge ou dépistage ; amélioration de l'étude des cas contacts grâce à l'usage de données statistiques anonymes. **L'utilité du traçage est ainsi étayée en ce qu'il permettra d'informer plus efficacement les personnes des risques d'exposition au virus, y compris pour les cas contacts qui ont refusé de répondre aux enquêteurs sanitaires.** La Commission émet cependant plusieurs observations, en rappelant notamment la nécessité de respecter le caractère volontaire d'une consultation médicale, l'utilisateur étant au mieux invité à y procéder. Elle confirme également l'exclusion de plusieurs finalités indirectes telles que le recensement des personnes infectées, la délimitation de zones à risque ou le respect des « gestes barrière ».

Enfin, l'application n'aura qu'une durée de vie limitée, son terme ayant été fixé à six mois après la date de fin de l'état d'urgence sanitaire. Cette durée est la même que celle des deux autres traitements précités. Les données de contacts, quant à elles, ne seront conservées que dans les quinze jours qui suivent leur émission, l'utilisateur pouvant toujours en demander la suppression.

Un démarrage prometteur mais controversé de StopCovid

Sitôt l'avis de la Cnil publié, le projet StopCovid a été présenté par le gouvernement à l'Assemblée nationale et au Sénat, sur le fondement de l'article 50-1 de la Constitution. Les deux chambres du Parlement ayant donné leur accord, le déploiement de l'application est finalement prévu par le décret du 29 mai 2020⁵.

Si l'intérêt de l'application semble avoir été perçu spontanément, puisque près de 600 000 personnes l'ont téléchargée en moins de 24 heures après son lancement, le 2 juin 2020, elle ne serait malgré tout efficace que si plusieurs millions d'utilisateurs décidaient d'y recourir. Il n'est pas sûr que l'on parvienne à ce résultat, au vu des craintes qui entourent l'usage de ce dispositif. Malgré l'avis positif de la Cnil, l'application est encore trop souvent perçue comme un nouveau pas vers un système de surveillance généralisée, mettant en cause les libertés fondamentales telles que le droit à la vie privée ou la liberté d'aller et venir. Les garanties dont elle est assortie tentent certes de dissiper les inquiétudes suscitées par le projet à son stade initial⁶. **Mais c'est le principe même de l'application qui est mis en cause, en ce qu'il risque de provoquer un phénomène d'acclimatation à des dispositifs de surveillance toujours plus intrusifs.** Ce risque d'accoutumance, dénoncé par la Cnil, nous rappelle la fable de la grenouille plongée dans l'eau bouillante.

C'est bien pourquoi la Commission entend suivre étroitement la mise en œuvre de l'application, ainsi que celle des autres traitements de données liées à l'état d'urgence sanitaire, tout au long de sa durée d'application. La première campagne de contrôles a été lancée dès le 4 juin 2020 et permettra d'examiner les modalités de recueil de consentement et

d'information des personnes, la sécurité des systèmes d'information ainsi que le respect des droits des utilisateurs de l'application⁷.

PM

Sources :

- 1 « Non, l'application StopCovid n'est pas installée "en douce" sur les téléphones », A Maad, *Le Monde*, 1^{er} juin 2020.
- 2 « En attendant Stop Covid... Vive Contact Covid et SI-DEP : les nouveaux outils numériques accompagnant

le déconfinement », O. Tambou, *Le Club des juristes*, 19 mai 2020.

- 3 Délibération n° 2020-046 du 24 avril 2020 portant avis sur un projet d'application mobile dénommée « StopCovid ».
- 4 Délibération n° 2020-056 du 25 mai 2020 portant avis sur un projet de décret relatif à l'application mobile dénommée « StopCovid ».
- 5 Décret n° 2020-650 du 29 mai 2020 relatif au traitement de données dénommé « StopCovid ».
- 6 Voir les griefs formulés par La Quadrature du Net : « Nos arguments pour rejeter StopCovid », 14 avril 2020.
- 7 « SI-DEP, Contact Covid et StopCovid : la CNIL lance sa campagne de contrôles », CNIL, 4 juin 2020.

Covid-19. Protection ou surveillance par drone et respect de la vie privée

TA Paris, réf., 5 mai 2020, et CE, réf., 18 mai 2020, n° 440442 et 440445, La Quadrature du Net et la Ligue des droits de l'homme.

Dans le cadre des mesures de protection ou de surveillance prises, en mars 2020, pour freiner la propagation du coronavirus, et spécifiquement pour faire respecter les mesures dites de confinement, le préfet de police de Paris décida de recourir à l'usage d'un drone pour observer les flux de circulation et repérer d'éventuels rassemblements de personnes, alors interdits.

Considérant que le procédé, utilisé en dehors de tout encadrement législatif et réglementaire, constituait, du fait de la possible identification des personnes, une atteinte grave au respect de la vie privée et à la protection des données personnelles, La Quadrature du Net et la Ligue des droits de l'homme saisirent le juge des référés, juge de l'urgence, du tribunal administratif de

Paris pour qu'il ordonne la cessation de son utilisation. Leur requête ayant été rejetée par une ordonnance dudit juge, du 5 mai 2020, ils firent appel de la décision. Par une ordonnance du 18 mai 2020, le juge des référés du Conseil d'État conclut en sens inverse. Il a annulé la première décision et, en l'absence de garanties réglementaires ou de mesures pratiques, a « *enjoint à l'État de cesser, sans délai, de procéder aux mesures de surveillance par drone* ».

L'ordonnance du juge des référés du tribunal administratif

À l'appui de leur demande auprès du juge des référés du tribunal administratif, les requérants firent valoir : qu'« *aucun acte administratif explicite n'encadre le dispositif mis en œuvre, contrairement aux principes énoncés à l'article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, à l'article 8 de la directive 2016/680, du 27 avril 2016, et à l'article 31, I, de la loi n° 78-17, du 6 janvier 1978* » ; que « *la conservation des données n'est limitée par aucune norme juridique* » ; qu'« *aucune information n'est fournie aux personnes dont l'image est capturée par les drones* » ; qu'« *il n'est pas justifié que la mesure mise en œuvre serait nécessaire et proportionnée au regard des finalités poursuivies* » ; et que « *le préfet de police, qui ne dispose d'aucune autorisation préalable du*

législateur, est incompétent pour autoriser le déploiement d'un système de vidéosurveillance par drones ».

Pour réfuter cette argumentation et conclure au rejet de la requête, le préfet de police fit notamment valoir que « les images captées ne permettent pas l'identification d'un individu » et qu'« elles ne peuvent dès lors être qualifiées de données à caractère personnel »; et qu'« aucune atteinte grave et manifestement illégale n'est donc portée aux droits à la vie privée et à la protection des données personnelles ».

Convaincu par cette argumentation, le juge a estimé qu'il n'apparaît pas que, par l'usage d'un drone, la préfecture « aurait porté une atteinte illégale aux libertés fondamentales que sont le droit à la vie privée et le droit à la protection des données personnelles, faute notamment que les traitements en cause aient été autorisés et organisés par un texte de droit interne ». Il en conclut que la requête présentée devant lui ne pouvait qu'être rejetée. De cette première décision, les requérants firent appel devant le Conseil d'État.

L'ordonnance du juge des référés du Conseil d'État

À l'appui de leur appel, les requérants ont notamment soutenu que « les caractéristiques des drones en cause permettent l'identification des individus »; que leur usage « constitue un traitement de données à caractère personnel illicite et, à tout le moins, une ingérence grave et manifestement illégale dans l'exercice du droit au respect de la vie privée et du droit à la protection des données personnelles »; et, comme ils l'avaient fait devant le premier juge, que « l'absence de tout acte administratif explicite encadrant spécifiquement le dispositif en cause viole l'article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, le I de l'article 31 de la loi informatique et libertés et l'article 6, paragraphe 3, du règlement général pour la protection des données ». Se référant à ces mêmes dispositions, ils dénoncèrent également « l'absence d'information des personnes concernées »; « l'absence de garantie organisationnelle »; « l'absence de proportionnalité du dispositif au regard des finalités poursuivies ». De tout cela, ils firent à nouveau valoir que « la décision du préfet de police porte une atteinte grave et manifestement illégale au droit au respect de la vie privée et

familiale, au droit à la protection des données personnelles et à la liberté d'aller et venir ».

En sens inverse, le ministre de l'intérieur prétendit que « la demande tendant à la suspension de l'exécution de la décision du préfet de police ayant institué un dispositif visant à capturer des images par drones et à les exploiter afin de faire respecter les mesures de confinement est privée d'objet » et que « le dispositif contesté ne porte pas une atteinte grave et manifestement illégale à une liberté fondamentale » de nature à justifier l'intervention du juge des référés.

Ledit juge considère, pour sa part, que le recours aux mesures de surveillance en cause « est seulement destiné [...] à donner aux forces de l'ordre, chargées de faire respecter effectivement les règles de sécurité sanitaire, une physionomie générale de l'affluence sur le territoire parisien en contribuant à détecter, sur des secteurs déterminés exclusivement situés sur la voie ou dans des espaces publics, les rassemblements de public contraires aux mesures de restriction en vigueur ». Pour lui, « la finalité poursuivie par le dispositif litigieux, qui est, en particulier dans les circonstances actuelles, nécessaire pour la sécurité publique, est légitime » et l'usage de surveillance par drone « n'est pas de nature à porter, par lui-même, une atteinte grave et manifestement illégale aux libertés fondamentales invoquées ».

Il retient cependant – alors qu'il est soutenu par l'autorité publique – que « les données collectées par les drones utilisés par la préfecture de police ne revêtent pas un caractère personnel » et qu'il apparaît que « les appareils en cause, qui sont dotés d'un zoom [...] sont susceptibles de collecter des données identifiantes » qui « doivent être regardées comme revêtant » ce caractère. Pour le juge, il s'ensuit que « le dispositif litigieux constitue un traitement de données à caractère personnel qui relève du champ d'application de la directive du 27 avril 2016 » et que ledit traitement, « mis en œuvre pour le compte de l'État, relève dès lors des dispositions de la loi du 6 janvier 1978 » et notamment de son article 31 qui impose une autorisation par arrêté ou par décret, après avis de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil).

Pour ce juge, et à l'inverse du premier, « compte tenu des risques d'un usage contraire aux règles de protection des

données personnelles qu'elle comporte, la mise en œuvre, pour le compte de l'État, de ce traitement de données à caractère personnel sans l'intervention préalable d'un texte réglementaire en autorisant la création et en fixant les modalités d'utilisation [...] caractérise une atteinte grave et manifestement illégale du droit au respect de la vie privée » justifiant sa compétence. Il en conclut qu'« *il y a lieu d'enjoindre à l'État de cesser [...] de procéder aux mesures de surveillance par drone [...] tant qu'il n'aura pas été remédié à l'atteinte [...] soit par l'intervention d'un texte réglementaire, pris après l'avis de la Cnil, autorisant, dans le respect des dispositions »* légales françaises et européennes, « *la création d'un traitement de données à caractère personnel, soit en dotant les appareils utilisés par la préfecture de police de dispositifs techniques de nature à rendre impossible [...] l'identification des personnes filmées »*.

Par voie de conséquence, « *l'ordonnance du juge des référés du tribunal administratif de Paris, du 5 mai 2020, est annulée »* et injonction est adressée à l'État, tant que les mesures mentionnées ne seraient pas prises, « *de cesser, sans délai, de procéder aux mesures de surveillance par drone »*.

Entre mesures de sécurité (sanitaire) et respect des libertés individuelles telles que celle du droit au respect de la vie privée et des données personnelles, les préoccupations et les préférences des uns ou des autres varient. Les différences d'analyse et d'appréciation de l'autorité administrative ou des requérants, mais aussi des juges des référés du tribunal administratif et du Conseil d'État, le montrent.

ED

L'Autorité de la concurrence au secours du droit voisin des éditeurs et agences de presse

La transposition en droit français de l'article 15 de la directive du 17 avril 2019 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans le marché unique numérique a connu des débuts difficiles.

En application du droit européen, la loi française du 24 juillet 2019 a créé un nouveau droit voisin au profit des éditeurs et des agences de presse, figurant aux articles L 218-1 à L 218-5 du code de la propriété intellectuelle. Ce droit leur permet d'autoriser ou d'interdire toute reproduction ou représentation de leurs publications de presse par un nouveau procédé de communication au public. L'autorisation peut bien

sûr être assortie d'une rémunération, ce qui constituait en fait l'objectif principal de la loi.

Outre la crise que traverse le secteur, les éditeurs et agences de presse se plaignent depuis plusieurs années de voir leurs contenus exploités par les moteurs de recherche et autres agrégateurs de presse. Il leur est reproché de capter indûment des revenus publicitaires à travers le référencement des articles et dépêches, et surtout de leurs contenus annexes (mots clés, photographies...), sans que les éditeurs et agences ayant produit ces contenus soient associés à ces bénéfices. Google figure en tête de la liste des services accusés de contribuer ainsi au *value gap* (écart de valeur) dans le secteur de la presse écrite, avec son service Google News. La reprise, même partielle des contenus d'une publication de presse, devrait dès lors relever de ce nouveau droit voisin, les conditions de la rémunération devant être établies soit sur la base d'une gestion collective soit en fonction d'accords passés entre les services en ligne et les éditeurs ou agences de presse. Ces conditions sont censées tenir compte de différents critères établis par

la loi : l'importance de l'utilisation des publications de presse ; l'étendue des investissements réalisés par les éditeurs et les agences de presse ; l'importance de la contribution des publications en cause à l'information politique et générale. Enfin, ce droit voisin souffre malgré tout de certaines exceptions. Outre les actes d'hyperliens et les utilisations privées ou non commerciales, la reprise de très courts extraits ou de mots isolés échappe à son champ d'application.

Sitôt la loi nouvelle entrée en vigueur, le principal moteur de recherche visé par celle-ci a justement entendu profiter de ces ouvertures. Google a ainsi laissé une alternative aux éditeurs de presse : soit accepter la reprise de leurs contenus en renonçant à toute rémunération ; soit voir le référencement et l'affichage de leurs contenus réduits au strict minimum. La majorité des éditeurs de presse français s'est finalement pliée à ce « chantage » en accordant des licences gratuites d'utilisation à Google. Certains ont modifié les balises Meta pour définir l'étendue des contenus dont ils autorisent gratuitement la reprise (160 à 300 caractères pour les extraits, 3 à 10 secondes pour les séquences vidéo)¹. [L'attitude de Google a pu être \(étrangement\) qualifiée de « contournement légal » de la loi](#). Légal puisqu'il ne s'agit ni plus ni moins que de se prévaloir des exceptions précitées, le droit voisin n'ayant pas été dessiné comme un droit à rémunération ou une licence légale².

C'est de cette situation qu'a été saisie l'Autorité de la concurrence par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale et l'Agence France-Presse. L'Autorité a finalement constaté l'existence d'un abus de position dominante de la part de Google, ce pourquoi elle lui a ordonné des mesures conservatoires dans sa décision du 9 avril 2020. Elle tente ainsi d'apaiser le trouble généré par l'entrée en vigueur de ce droit voisin³.

Un contexte troublé par l'entrée en vigueur du nouveau droit voisin

La création de ce nouveau dispositif a pu être fermement critiquée pour différentes raisons. Sur le plan juridique, l'intérêt de ce droit voisin a été amplement remis en cause, tant pour son économie globale que pour ses effets potentiellement contre-productifs⁴.

Cette prérogative semble en effet avoir été conçue « sur mesure » pour certains services numériques, dont Google reste le principal cœur de cible. De façon corrélative, elle satisfait des intérêts catégoriels propres aux seuls éditeurs du secteur de la presse écrite, les autres acteurs du monde de l'édition ayant été délaissés. Il en résulte une insertion incohérente dans le code, le régime juridique de ce nouveau droit n'ayant que peu de choses en commun avec les autres droits voisins. Surtout, la directive comme la loi laissent des « portes ouvertes » dont la portée est mal définie, ce qui explique que les agrégateurs et les moteurs de recherche puissent s'y engouffrer si facilement.

Sur le plan économique, la création du droit voisin a mis en lumière les relations paradoxales qu'entretiennent les éditeurs et agences de presse avec les services en ligne, dont notamment les moteurs de recherche et les agrégateurs de presse. [Ceux-ci jouent en effet le rôle d'« infomédiaire », qui les place en situation de « coopétition » avec les producteurs de contenus](#)⁵. Cette situation traduit des relations paradoxales, qui sont à la fois de coopération et de compétition : coopération parce que le référencement des contenus de presse leur donne une plus grande visibilité et accessibilité, le moteur de recherche centralisant les requêtes des internautes en fonction des mots clés liés à l'actualité ; compétition parce que ce même moteur de recherche est concurrent des éditeurs et agences de presse sur le marché de la publicité en ligne, et bénéficierait de revenus publicitaires substantiels sur la base du référencement.

Dans la pratique, ces deux dimensions semblent se confirmer au moins partiellement, sans que l'on sache vraiment si l'une est plus importante que l'autre. Le rapport du CSPLA (Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique) sur la création de ce droit voisin a mis en évidence que le marché des *webcrawlers* (robots d'indexation) et autres agrégateurs de presse représenterait 163 millions d'euros, dont 13 % seulement reviendraient aux éditeurs⁶. Inversement, il est souvent mis en avant que 30 à 40 % de l'audience des sites de presse en ligne seraient en fait drainés par les moteurs de recherche et les agrégateurs de presse. Ces chiffres seraient néanmoins perturbés par l'attitude des lecteurs, dont une grande partie se limiterait

à consulter les titres agrégés par les moteurs de recherche, sans forcément cliquer sur le lien hypertexte associé⁷. La captation de valeur serait dès lors plus importante qu'il n'y paraît. [Il semble néanmoins difficile de quantifier exactement les revenus ainsi conférés aux moteurs de recherche ou la perte d'audience potentielle des sites de presse en ligne](#). Enfin, on soulignera malgré tout l'effet bénéfique du référencement pour les lecteurs, qui bénéficient d'un panel complet de publications de tendances et de caractères différents en fonction du sujet recherché. Cela concourt certainement à l'objectif de pluralisme, la mise en œuvre du droit voisin pouvant *a contrario* réduire la visibilité des plus petits éditeurs⁸.

Pour remédier à cette situation et mieux partager les revenus publicitaires, un accord a été conclu en 2013 entre Google et les principaux éditeurs de presse français⁹. Celui-ci a permis de créer un Fonds pour l'innovation numérique de la presse (FINP), dont la dotation initiale était de 60 millions d'euros, ce montant ayant par la suite été rehaussé à 76 millions d'euros dans le cadre de la Digital News Initiative. Les résultats n'ont cependant pas été à la hauteur selon les éditeurs, tant au regard des montants avancés par Google qu'en raison des choix effectués par ce dernier quant aux projets à financer (voir *La rem* n°53, p.86). Une fois encore, la propriété intellectuelle est apparue comme le modèle ultime à mettre en œuvre pour mieux répartir la manne financière tirée du référencement des publications de presse.

L'existence d'un abus de position dominante de la part de Google

Si l'idée de faire évoluer le dispositif a été un temps envisagée au niveau politique¹⁰, le droit de la concurrence a également été appelé « au secours » du droit voisin, afin de faire plier Google. Une solution avait déjà été recherchée en Allemagne, pays qui s'est doté dudit droit voisin dès 2013, sans attendre la directive du 14 avril 2019 (voir *La rem* n°52, p.10). [L'autorité de la concurrence allemande avait néanmoins rejeté les prétentions des éditeurs, estimant que le système mis en œuvre par Google était « gagnant-gagnant »](#)¹¹. La position de l'autorité française était donc attendue avec une certaine

impatience, d'autant plus au regard de l'urgence de la situation.

Dans leur saisine, les éditeurs faisaient valoir la position dominante de Google sur les marchés des moteurs de recherche et de la publicité en ligne liée aux recherches. Son comportement constituerait un détournement de l'objet de la loi du 24 juillet 2019 dans le but de leur imposer des conditions de transaction inévitables. Après avoir délimité le marché pertinent, en l'occurrence celui des services de recherche généraliste français, l'Autorité a logiquement confirmé l'existence d'une position dominante de Google¹², au sens des articles L 420-2 du code de commerce et 102 du TFUE (Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne). Cette position se mesure tant au regard des parts détenues par le moteur de recherche dans le marché pertinent (dans lequel il capterait 93 % des requêtes des internautes en France) que des barrières à l'entrée et à l'expansion. Le développement d'un service de recherche suppose en effet des investissements substantiels dans l'algorithmie ainsi qu'un volume suffisant de données exploitables pour la publicité. Comme elle l'avait déjà relevé¹³, l'Autorité rappelle que le choix de proposer des services gratuits aux internautes est contrebalancé par l'exploitation publicitaire de leurs données, celle-ci gagnant en précision grâce à l'effet de réseau existant entre le service de recherche et les services de publicité liés aux recherches.

Sur cette base, il importait donc d'établir si Google s'était bien rendu coupable d'un abus de position dominante, notamment en ayant imposé des « *conditions de transaction non équitables* » aux éditeurs et agences de presse quant à la reprise de leurs contenus. Pour sa défense, l'entreprise renvoyait à la lettre de la loi. Celle-ci n'impose nullement que cette reprise soit rémunérée et ne lui interdit pas de se prévaloir des exceptions. L'Autorité, en revanche, s'en tient à l'esprit de la loi, tel qu'éclairé par les travaux parlementaires et le préambule de la directive. Sans prendre position sur la légitimité du dispositif, qui relève de la seule compétence du législateur (§ 207), elle rappelle que l'objectif de la loi du 24 juillet 2019 tient moins à établir un nouveau droit à rémunération qu'à fournir un outil de négociation adapté quant aux conditions

de reproduction et de communication des contenus de presse. À ce titre, [il s'avère que Google n'a nullement cherché à négocier avec les éditeurs et les agences de presse, son offre ayant été faite de façon unilatérale et sans discussions possibles](#) (§§ 196-199).

L'alternative proposée par le moteur de recherche entre une reprise gratuite et conditionnée et l'absence d'affichage des contenus est en vérité dénuée de portée pratique car elle a contraint les éditeurs et agences à accepter massivement la première option. L'autre solution a conduit à des baisses de trafic significatives sur les sites des éditeurs ayant refusé l'offre de Google. Cela s'explique par l'importance que revêtent les contenus associés aux liens hypertextes (*snippets*: extraits, images, vidéos...) qui sont référencés par le moteur de recherche. En l'absence de tels contenus, l'internaute serait moins enclin à cliquer sur le lien pour consulter l'intégralité de la publication. Et cela peut entraîner une baisse de trafic substantielle pour les éditeurs, étant donné que 26 à 90% du trafic redirigé proviendrait justement des moteurs de recherche (§ 222). Les éditeurs n'auraient donc pas d'autre choix que de se tourner vers la première offre de Google pour conserver une visibilité suffisante (§ 235), tout en lui accordant l'exclusivité des revenus publicitaires générés par le référencement des contenus de presse. À ce niveau, les arguments avancés par Google sont jugés peu probants. Quand bien même le référencement des contenus de presse ne constituerait qu'une part minime des revenus publicitaires de l'entreprise, celle-ci n'est guère étayée par les éléments qu'elle produit. Par ailleurs, on sait que l'internaute utilisant un service de Google peut plus facilement devenir « captif » des autres, de par leur complémentarité et les effets de réseaux. La pratique de Google apparaît dès lors inéquitable pour l'Autorité, qui relève également son caractère discriminatoire. En adoptant une pratique aussi générale, [l'entreprise a privé les éditeurs de toute possibilité de négociation et d'adaptation des conditions de reprise des contenus en fonction de leurs besoins et de leur situation](#) (§§ 238-241). Là encore, si la rémunération est *a priori* facultative, elle doit pouvoir être débattue au cas par cas par les éditeurs et le moteur de recherche, tout comme la portée des exceptions.

In fine, l'Autorité estime que cette mesure constitue bien un contournement de la loi du 24 juillet 2019, dont les finalités ont été détournées au seul profit de Google sans justifications objectives. Elle est susceptible d'avoir des effets préjudiciables sur la situation des éditeurs, dont la situation économique est fragilisée de façon structurelle (§§ 273-286), ainsi que des effets anticoncurrentiels à l'égard des autres moteurs de recherche qui s'acquittent d'une rémunération aux éditeurs.

Les mesures conservatoires ordonnées par l'Autorité de la concurrence

Pour prévenir les risques liés à cet abus de position dominante, l'Autorité émet plusieurs injonctions à l'égard de Google afin de rétablir de saines conditions de négociation avec les éditeurs et agences de presse. Elle précise à ce titre que ces mesures préserveront la faculté pour tout éditeur ou agence de ne pas entrer en discussion avec Google tout comme celle de lui accorder une licence gratuite d'utilisation. Par ailleurs, elles ne sauraient consister en une obligation d'achat pour le moteur de recherche, les offres présentées devant être conformes aux critères prévus par la loi du 24 juillet 2019.

En premier lieu, il est ordonné à Google de négocier de bonne foi avec tout éditeur ou agence de presse dans les conditions fixées par l'article L 218-4 du code de la propriété intellectuelle. Cette injonction vise tous les services de Google susceptibles de reprendre des contenus issus d'une publication de presse et doit être respectée dès lors qu'une entreprise éditrice ou une agence sollicite le moteur de recherche. [La négociation doit effectivement aboutir à une offre de rémunération, sachant qu'elle est dotée d'un effet rétroactif, à compter de l'entrée en vigueur de la loi](#) (24 octobre 2019). La rétroactivité était demandée par les auteurs de la saisine au vu de l'urgence de la situation, celle-ci n'ayant pas été démentie par l'Autorité, tant au vu de la crise du secteur de la presse que des arguments présentés lors des travaux parlementaires.

En second lieu, des mesures complémentaires devront être respectées par Google, à la fois au titre des négociations et afin de sauvegarder la situation des éditeurs.

Il est ainsi ordonné à l'entreprise d'entrer en négociation dans les trois mois suivant toute sollicitation émanant d'un éditeur, d'une agence ou d'un organisme de gestion collective. Le moteur de recherche devra aussi communiquer toute information pertinente pour procéder à une évaluation transparente de la rémunération qui leur sera due. Il devra également respecter un double principe de neutralité au niveau des modalités d'indexation, de classement et de présentation des contenus issus d'une publication de presse et au niveau de ses relations existantes avec les éditeurs et agences qui le solliciteront au titre du droit voisin. [La mesure vise à éviter que Google ne cherche à compenser la rémunération en s'appuyant sur d'autres accords, ou ne contraigne les éditeurs et agences à recourir à d'autres de ses services.](#) Enfin, il lui est ordonné de maintenir l'affichage des contenus associés aux liens hypertextes, dans les conditions prévues par les éditeurs et agences, et ce pendant toute la durée des négociations.

Le respect de ces injonctions donnera lieu à un contrôle de l'Autorité sous la forme de rapports périodiques envoyés par Google dans un délai de quatre semaines à compter de l'ouverture d'une négociation avec un éditeur ou une agence, puis le 5 de chaque mois. Ces rapports devront faire état des éléments avancés au titre de la rémunération due, et de leur conformité aux critères de la loi du 24 juillet 2019, ainsi que de toute difficulté rencontrée au cours de la négociation. Enfin, l'Autorité rappelle que ces injonctions demeureront en vigueur jusqu'à la date de sa décision sur le fond.

Dans l'attente, espérons que ces mesures produisent un effet concret, et que le droit voisin cesse d'être ce « vieux dossier » dont la consécration puis la mise en œuvre n'ont cessé d'être retardées.

PM

Sources :

- 1 « Droit voisin pour la presse : les éditeurs français plient devant Google », N. Jaimes et M. Tasset, *JDN*, 24 octobre 2019.
- 2 « Google et le droit voisin des éditeurs de presse », A. Lebois, *Recueil Dalloz*, 2019, p. 2053.
- 3 Décision 20-MC-01 du 9 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale e.a et l'Agence France-Presse.
- 4 « Le droit voisin des éditeurs de publications de presse ou l'avènement d'une propriété intellectuelle catégorielle », T.Azzit, *Dalloz IP/IT*, n° 270, mai 2019, p. 297 ; « Le droit voisin des éditeurs de presse dans la directive sur le droit d'auteur dans le marché numérique et sa transposition en droit français », J.-M. Bruguière, *LP*, n° 371, mai 2019, p. 267-276 ; « Un nouveau venu, le droit voisin des éditeurs de presse », F. Pollaud-Dulian, *RTD-Com.*, 2019, p. 661.
- 5 « L'actualité selon Google – L'emprise du principal moteur de recherche sur l'information en ligne », N. Smyrniaios et F. Rebillard, *Communication & Langages*, 2009/2, n° 160, p. 95-109.
- 6 Rapport de la mission de réflexion sur la création d'un droit voisin pour les éditeurs de presse, L. Franceschini et S. Bonnaud-Le Roux, Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, juillet 2016, p. 3.
- 7 Rapport n° 243 fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication sur la proposition de loi tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse, par M. David Assouline, enregistré au Sénat le 16 janvier 2019, p. 18.
- 8 « Rewarding quality journalism or distorting the Digital Single Market? The case for and against neighbouring rights for press publishers – Economic analysis », F. Zuleeg et I. Tasheva, *European Policy Center*, 29 May 2017, p. 5-9.
- 9 « Accord à l'arraché entre Google et les éditeurs de presse français », L. Costes, *RLDI*, n° 90, février 2013, p. 97.
- 10 « Réaction de Franck Riester, ministre de la Culture, sur la non-application de la loi relative au droit voisin par Google », Communiqué de presse du 24 octobre 2019, ministère de la culture et de la communication.
- 11 *Bundeskartellamt*, 6th Decision Division, B6-126/14, Google Inc. vs Third Parties, 8 September 2015.
- 12 Voir également la décision n° 19-D-26 de l'Autorité de la concurrence, du 19 décembre 2019, relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité en ligne liée aux recherches (§ 321).
- 13 Avis 18-A-03 du 06 mars 2018 portant sur l'exploitation des données dans le secteur de la publicité sur internet.

Limitation des informations relatives aux internautes que les agents de la Hadopi peuvent obtenir des opérateurs de communications électroniques

Conseil constitutionnel, décision n° 2020-841 QPC du 20 mai 2020.

Dans sa décision du 20 mai 2020, le Conseil constitutionnel, saisi de la question de la conformité à la Constitution des trois derniers alinéas de l'article L. 331-21 du code de la propriété intellectuelle, cherche à assurer la conciliation entre les droits de propriété intellectuelle (droit d'auteur et droits voisins) et le respect de la vie privée. Il considère que sont conformes les dispositions qui, dans la lutte contre le téléchargement illégal, accordent, aux agents de la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi), la possibilité d'obtenir, des opérateurs de communications électroniques, des informations sur l'identité et les coordonnées des titulaires d'un accès à internet soupçonnés d'avoir, en violation de l'article L. 336-3 du même code, manqué à leur obligation « de veiller à ce que cet accès ne fasse pas l'objet d'une utilisation à des fins » d'exploitation publique, au travers du système d'échanges dit « de pair à pair », d'œuvres et de prestations protégées, « sans l'autorisation des titulaires de droits ».

Sont, à l'inverse, considérées comme contraires à la Constitution les dispositions, du même article L. 331-21 CPI, qui élargissent la nature et l'étendue des informations, relatives aux internautes, susceptibles d'être ainsi obtenues par les agents de la Haute Autorité et sa Commission de protection des droits.

Par la loi du 12 juin 2009, dite loi Hadopi, promulguée après une première décision du Conseil constitutionnel

déclarant certaines de ses dispositions contraires à la Constitution, et complétée, en conséquence, après une nouvelle autre décision du Conseil constitutionnel, par la loi du 28 octobre 2009, dite loi Hadopi 2, il a été instauré, par des dispositions introduites dans le code de la propriété intellectuelle, à l'encontre de ces pratiques de téléchargement illégal, pourtant constitutives, comme d'autres, de contrefaçon, un régime spécifique de contrôle et de sanction faisant intervenir, dans un premier temps au moins, la Commission de protection des droits de la Hadopi et certains de ses agents.

À l'initiative de différentes associations (La Quadrature du Net, French Data Network, Franciliens.Net et la Fédération des fournisseurs d'accès à internet associatifs), a de nouveau été soulevée, grâce aux possibilités que, à l'occasion d'un litige, offrent désormais les questions prioritaires de constitutionnalité (QPC), la question de la conformité à la Constitution et aux droits et libertés que celle-ci garantit, et notamment au droit au respect de la vie privée, des trois derniers alinéas de l'article L. 331-21 CPI. Par la décision rendue, certaines de ces dispositions ont été déclarées conformes à la Constitution, et d'autres non.

Déclaration de conformité

S'agissant des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 331-21 CPI, qui « confèrent, aux agents de la Haute Autorité, le droit d'obtenir communication, par les opérateurs de communications électroniques, de l'identité, de l'adresse postale, de l'adresse électronique et des coordonnées techniques de l'abonné dont l'accès à des services de communication au public en ligne a été utilisé en violation de l'obligation énoncée à l'article L. 336-3 », le Conseil constitutionnel considère que, en les adoptant, « le législateur a entendu renforcer la lutte contre les pratiques de contrefaçon sur internet, qui répond à l'objectif de sauvegarde de la propriété intellectuelle » ; que « le champ des informations en cause se limite à l'identité, aux coordonnées électroniques, téléphoniques et postales des auteurs des manquements » ; que « ces informations sont nécessaires pour que leur soit adressée la recommandation » de se conformer à leur obligation ; et qu'elles « présentent donc un lien direct avec l'objet de la procédure mise en œuvre par la Commission de protection des droits ».

Estimant que « *le législateur a assorti le droit de communication contesté de garanties propres à assurer, entre le respect de la vie privée et l'objectif de sauvegarde de la propriété intellectuelle, une conciliation qui n'est pas manifestement déséquilibrée* », ledit Conseil conclut que, « à l'exception du mot "notamment", le dernier alinéa de l'article L. 331-21 du code de la propriété intellectuelle, qui ne méconnaît pas non plus le secret des correspondances, ni aucun autre droit ou liberté que la Constitution garantit, est conforme à la Constitution ». C'est cependant à une décision de non-conformité que le Conseil constitutionnel parvient à l'égard des deux autres alinéas contestés de l'article en cause.

Déclaration de non-conformité

S'agissant des troisième et quatrième alinéas de l'article L. 331-21 CPI, le Conseil constitutionnel relève d'abord que, « *en faisant porter le droit de communication sur "tous documents quel qu'en soit le support", et en ne précisant pas les personnes auprès desquelles il est susceptible de s'exercer, le législateur n'a ni limité le champ d'exercice de ce droit de communication ni garanti que les documents en faisant l'objet présentent un lien direct avec le manquement à l'obligation énoncée à l'article L. 336-3 du code de la propriété intellectuelle* » du même code, « *qui justifie la procédure mise en œuvre par la Commission de protection des droits* ». Il retient ensuite que « *ce droit de communication peut également s'exercer sur toutes les données de connexion détenues par les opérateurs de communications électroniques* », alors qu'elles « *fournissent, sur les personnes en cause, des informations nombreuses et précises, particulièrement attentatoires à leur vie privée* » et sans lien nécessaire avec le manquement à l'obligation de surveillance en cause.

Pour ledit Conseil, il en résulte que « *dans ces conditions, le législateur n'a pas entouré la procédure prévue par les dispositions contestées de garanties propres à assurer une conciliation qui ne soit pas manifestement déséquilibrée entre le droit au respect de la vie privée et l'objectif de sauvegarde de la propriété intellectuelle* ».

En conséquence, « *les troisième et quatrième alinéas de l'article L. 331-21 du code de la propriété intellectuelle [...] doivent être déclarés contraires à la Constitution* » et, de ce fait, être abrogés.

Les effets d'une telle déclaration de non-conformité ne seront cependant pas immédiats. Sans s'en expliquer davantage, le Conseil constitutionnel estime en effet que « *l'abrogation immédiate des dispositions déclarées contraires à la Constitution entraînerait des conséquences manifestement excessives* » et que « *par suite, il y a lieu de reporter, au 31 décembre 2020, la date de l'abrogation des dispositions contestées* ».

L'instauration, par les lois de juin et d'octobre 2009, d'un régime spécifique – contesté dans certains de ses éléments au regard de sa conformité à la Constitution – de lutte contre le téléchargement illégal au travers du système d'échanges en « pair à pair », qui n'est qu'une forme de contrefaçon parmi d'autres, était-elle justifiée? Voulu plus souple et efficace, ce régime s'avère fort complexe et surtout inadapté aux pratiques des internautes dont les usages ont rapidement évolué.

ED

Contrôle de l'honnêteté de l'information et pouvoir de sanction du Conseil supérieur de l'audiovisuel

Conseil supérieur de l'audiovisuel, décision n°2020-227 relative à la procédure de sanction engagée à l'encontre de la société RT France, le 17 juillet 2019.

Parmi les divers moyens de lutte contre la diffusion de fausses informations, il convient de relever que, dans l'exercice de son pouvoir de sanction, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) peut être amené à se prononcer notamment sur le respect des exigences d'honnêteté de l'information par les sociétés de programme de radio et de télévision. L'article 3-1 de la loi n° 86-1067, du 30 septembre 1986, relative à la liberté de communication (audiovisuelle) pose en effet que « le Conseil supérieur de l'audiovisuel garantit l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information [...] sous réserve de l'article 1^{er} de la présente loi ». En son alinéa 1^{er}, celui-ci énonce que « la communication au public par voie électronique est libre », avant d'envisager cependant, dès l'alinéa suivant, différents motifs possibles de limites apportées à « l'exercice de cette liberté », définies par cette même loi ou par d'autres textes, dont les conventions passées, par ledit CSA, avec les exploitants de ces services.

Faisant rappel de la mission qui lui a été confiée, à cet égard, par le législateur, ledit Conseil a adopté la délibération n° 2018-11, du 18 avril 2018, relative à l'honnêteté et à l'indépendance de l'information et des programmes qui y concourent. En son article 1^{er}, il pose, en ce sens, que « l'éditeur d'un service de communication audiovisuelle doit assurer l'honnêteté de l'information et des programmes qui y concourent ». Il y précise que « l'éditeur garantit le bien-fondé et les sources de chaque information »; que, « dans la mesure du possible, l'origine de celle-ci doit être indiquée » (en contradiction avec la revendication d'un droit au secret des sources des journalistes ?); que « l'information incertaine est

présentée au conditionnel »; que ce même éditeur « fait preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information » et qu'il « veille au respect d'une présentation honnête des questions prêtant à controverse ».

La décision n° 2020-227, du 26 février 2020, relative à la procédure de sanction engagée à l'encontre de la société RT France illustre la difficulté et l'ambiguïté du contrôle du respect des exigences d'honnêteté de l'information dans l'exercice du pouvoir de sanction du CSA.

Après une première mise en demeure qui conditionne l'exercice du pouvoir de sanction du CSA, adressée, un an plus tôt, à ladite société (voir *La rem* n°53, p.10), la décision fut prise, sur la base des textes précédemment mentionnés, d'« engager à son encontre une procédure de sanction ». À l'issue de l'instruction indépendante menée, et la société intéressée ayant pu présenter ses observations, la présente décision a été rendue.

À l'origine de cette procédure, il avait été retenu que la société RT France avait « diffusé des informations indiquant que, selon des sources officielles russes, la France et la Belgique prévoiraient la mise en scène d'une attaque chimique en Syrie, en lien avec des "leaders terroristes" » et quelques jours après, elle avait « renouvelé et détaillé ces accusations, présentant sur un ton critique la réaction des autorités françaises » et « donné la parole à un analyste alléguant, en particulier, un parti pris des médias occidentaux sur cette question ».

La présente décision retient qu'« il résulte de l'instruction, d'une part, que la source des informations diffusées a été mentionnée et que le conditionnel a été employé, de sorte qu'aucun manquement de l'éditeur » aux obligations relatives à l'honnêteté et à la rigueur de la présentation et le traitement de l'information « n'est suffisamment caractérisé et, d'autre part, que le déséquilibre de la présentation des points de vue n'a pas été suffisamment marqué pour constituer un manquement à l'exigence de présentation honnête des questions prêtant à controverse ». De tout cela, le CSA conclut qu'« il n'y a pas lieu, dans les circonstances de l'espèce, de prononcer une sanction à l'encontre de la société RT France ».

Pareille décision peut être mise en parallèle avec la condamnation pécuniaire prononcée, au Royaume-Uni,

par l'OFCOM (Office of Telecommunications), l'équivalent du CSA, à l'encontre de la chaîne RT diffusée dans ce pays. **Reproche lui était fait d'avoir, dans des circonstances de même nature, à nouveau manqué à l'obligation d'impartialité de l'information.** Pour confirmer la condamnation, la Haute Cour de Londres a notamment écarté le grief, formulé, dans son recours, par la société requérante, selon lequel il aurait ainsi été porté atteinte à la liberté d'expression consacrée par l'article 10 de la Convention [européenne] de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

Il est évidemment rassurant et satisfaisant que si les faits initialement reprochés ne sont pas établis – à l'issue d'une instruction indépendante, la société visée

ayant pu pour sa défense faire valoir ses arguments –, toute procédure de sanction ouverte par le CSA n'aboutisse pas à une décision de cette nature ou, si elle est prononcée, qu'elle puisse être contestée en justice. Même ainsi, convient-il cependant, sans risque pour la liberté et le pluralisme de l'information, de confier un quelconque pouvoir de sanction à une autorité telle que ledit Conseil, notamment sur la base de dispositions qu'il a, au moins en partie, lui-même déterminées? Par souci de préservation de la liberté de communication, une telle compétence ou responsabilité ne devrait-elle pas être réservée au juge? En matière de garantie de l'honnêteté de l'information et de lutte contre la diffusion de supposées fausses informations, convient-il d'ajouter des pouvoirs au CSA ?

ED

Hongrie : parti politique qualifié « d'extrême droite » et limitation de l'interdiction, faite aux journalistes, d'exprimer une opinion

CEDH, 28 avril 2020, n° 61178/14, ATV Zrt c. Hongrie

Dans un arrêt n° 61178/14, du 28 avril 2020, ATV Zrt c. Hongrie (dont, comme il arrive de plus en plus fréquemment, il n'existe que des versions anglaise et, étrangement, roumaine, alors que le français est une des langues officielles du Conseil de l'Europe), la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) considère que le reproche fait, par les institutions hongroises, à un journaliste d'une chaîne

de télévision privée, d'avoir, en qualifiant un parti politique « d'extrême droite », violé la disposition qui fait interdiction aux médias d'exprimer une opinion, constitue une violation de l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (ConvEDH) consacrant le « droit à la liberté d'expression ».

Faisant état de l'organisation d'une « manifestation contre le nazisme », en réaction contre la déclaration, d'un membre du parti Jobbik, selon laquelle « *nombre de personnes d'origine juive, notamment au Parlement et au Gouvernement, constituent un risque pour la sécurité nationale* », le présentateur qualifia ledit parti politique « d'extrême droite ». Sur plainte de celui-ci, les institutions administratives et judiciaires hongroises conclurent, en dépit d'appréciations contraires à certaines étapes de la procédure interne, **qu'il y avait là violation du statut des médias qui, afin de garantir le droit du public à une information impartiale, fait, selon la juridiction suprême nationale, obligation, aux journalistes, de distinguer les faits des opinions, dont l'expression leur est possible dès lors que le public est**

clairement informé de ce qu'il s'agit d'une opinion et de l'identité de son auteur.

Argumentation des parties

Contestant les mesures nationales prises à son encontre, la chaîne de télévision hongroise a saisi la CEDH et, se référant à la jurisprudence de ladite Cour, fit notamment valoir : que, faute de bases textuelles claires, **l'ingérence ainsi commise dans l'exercice de sa liberté d'expression ne pouvait pas être considérée comme « nécessaire dans une société démocratique »** ; qu'il n'avait pas, de sa part, été fait état d'une opinion mais qu'il était d'usage courant de qualifier ledit parti « d'extrême droite » ; et que les condamnations prononcées ne l'avaient pas été pour « *garantir le droit du public à une information impartiale, mais davantage pour protéger la réputation du parti* » en cause.

Faisant état des différentes étapes de la procédure nationale, le gouvernement hongrois contesta une quelconque violation de l'article 10 ConvEDH garantissant le droit de la requérante à la liberté d'expression. Il fit valoir que l'ingérence dans l'exercice de la liberté d'expression était « *nécessaire, dans une société démocratique, pour garantir le droit du public à une information impartiale sur des questions d'intérêt général et pour garantir le pluralisme de l'information* » ; que le qualificatif « d'extrême droite » ne constituait pas un catégorisation rigoureuse, généralement admise, mais une opinion ; et que les dispositions en cause « *n'interdisaient pas de manière absolue l'expression d'une opinion, mais encadraient celle-ci en exigeant seulement que son origine soit identifiée* ».

Appréciation de la CEDH

La Cour européenne constate que les parties ne contestent pas que les mesures ordonnées par les autorités nationales constituent une ingérence dans l'exercice, par la société requérante, de son droit à la liberté d'expression, tel que garanti par l'article 10 ConvEDH. Selon une méthode d'analyse traditionnelle, il lui revient donc d'apprécier **si une telle ingérence est prévue par la loi, si elle répond à un intérêt légitime** et si elle est nécessaire dans une société démocratique.

La Cour rappelle que l'exigence selon laquelle l'ingérence doit être « *prévue par la loi* » signifie non seulement qu'un texte de cette nature est nécessaire, mais que celui-ci doit être accessible, prévisible et compréhensible, pour permettre aux individus de déterminer leur conduite, sans cependant qu'il soit nécessaire que cette prévisibilité présente un caractère absolu. Pour elle, il ne peut pas y avoir de doute que le qualificatif « d'extrême droite », retenu à l'égard d'un parti politique, constitue une opinion.

Appréciant le caractère « *légitime* » de l'ingérence en cause, la Cour admet qu'il s'agissait d'assurer ainsi, à la fois, le droit du public à une information impartiale sur une question d'intérêt général et le respect des droits d'autrui.

Pour la Cour, il convenait donc de déterminer si une telle ingérence, sanctionnant l'utilisation du qualificatif « d'extrême droite », était « nécessaire dans une société démocratique ». Elle estime qu'il est d'usage courant et généralement admis et qu'il sert à situer le parti politique en cause sur le spectre des formations politiques nationales. Considérant que la société requérante pouvait ne pas avoir perçu que cela serait considéré comme constitutif d'une « opinion », **l'arrêt juge que la restriction apportée à l'usage dudit qualificatif constitue une ingérence disproportionnée dans l'exercice de la liberté d'expression** et qu'elle « *n'est pas nécessaire dans une société démocratique* ». Il est donc conclu à la violation de l'article 10 ConvEDH.

Se prononçant sur le reproche fait, au collaborateur d'un organe de télévision, d'avoir utilisé le qualificatif d'« extrême droite » à l'égard d'un parti politique, la Cour européenne n'aurait-elle pas pu aller au-delà et, au regard des nécessaires garanties de la liberté d'expression, se prononcer, de manière plus générale, sur des dispositions, et les contrôles administratifs et judiciaires dont elles sont l'objet, qui font interdiction, à des journalistes, d'exprimer une opinion ou, à tout le moins, compte tenu de la difficulté que la distinction peut présenter, de mêler la présentation de faits et l'expression d'une opinion ?

ED

Déréférencement d'un moteur de recherche accessible en Europe

Conseil d'État, 27 mars 2020, n° 399922, Google Inc. c. CNIL.

En application de la loi française du 6 janvier 1978, relative à l'informatique et aux libertés, complétée et révisée par la loi du 20 juin 2018 et l'ordonnance du 12 décembre 2018, et de la directive européenne du 24 octobre 1995, abrogée et remplacée par le règlement, du 27 avril 2016, sur la protection des données (RGPD), **l'exploitant d'un moteur de recherche, faisant droit à une demande de déréférencement, n'est pas dans l'obligation d'y procéder sur les versions non européennes de ses noms de domaine. Il y est par contre tenu pour tous les États membres de l'Union européenne (UE).** C'est ce qui ressort de cette affaire, le Conseil d'État (CE) annulant, après un arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) répondant à ses « questions préjudicielles », une sanction prononcée, par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), à l'encontre de la société Google Inc. à laquelle elle reprochait de n'avoir pas assuré la pleine protection des droits du demandeur en n'effectuant pas un déréférencement général à l'échelle mondiale.

Une juste compréhension de la question relative à la portée territoriale du droit et/ou devoir de déréférencement des différents liens d'un moteur de recherche accessible en France et en Europe sous divers noms de domaine, nécessite de faire rappel des faits et de la décision de sanction de la Cnil, avant de considérer l'arrêt du CE du 19 juillet 2017, saisissant, d'une question préjudicielle, la CJUE qui s'est prononcée par un arrêt du 24 septembre 2019 (voir *La rem* n°52, p. 13), suivi de l'arrêt du CE du 27 mars 2020.

Décision de la Commission nationale de l'informatique et des libertés, du 10 mars 2016

À l'origine de cette affaire, il y avait une décision, du 21 mai 2015, par laquelle la présidente de la Cnil a

« mis en demeure la société Google Inc., lorsqu'elle fait droit à une demande d'une personne physique tendant à la suppression de la liste de résultats, affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir de son nom, de liens menant vers des pages web, d'appliquer cette suppression sur toutes les extensions de nom de domaine de son moteur de recherche ».

La société Google ne s'étant pas conformée à cette mise en demeure, la Cnil, investie du pouvoir de sanction a, le 10 mars 2016, prononcé, à son encontre, une sanction de 100 000 euros. Auprès du CE, la société Google Inc. a demandé l'annulation de cette décision.

Arrêt du Conseil d'État, du 19 juillet 2017

Par l'arrêt du 19 juillet 2017, le Conseil d'État, incertain quant à la portée territoriale du droit et/ou devoir de déréférencement, saisit la CJUE d'une « question préjudicielle ».

Pour le CE, *« la question de savoir si le "droit au déréférencement" [...] doit être interprété en ce sens que l'exploitant d'un moteur de recherche est tenu, lorsqu'il fait droit à une demande de déréférencement, d'opérer ce déréférencement sur l'ensemble des noms de domaine de son moteur, de telle sorte que les liens litigieux n'apparaissent plus quel que soit le lieu à partir duquel la recherche lancée sur le nom du demandeur est effectuée, y compris hors du champ d'application territoriale de la directive du 24 octobre 1995, soulève une première difficulté sérieuse d'interprétation du droit »* de l'UE.

Il estime ensuite que, *« en cas de réponse négative à cette première question », celle de « savoir si le "droit au déréférencement" [...] doit être interprété en ce sens que l'exploitant d'un moteur de recherche est seulement tenu, lorsqu'il fait droit à une demande de déréférencement, de supprimer les liens litigieux des résultats affichés à la suite d'une recherche effectuée [...] sur le nom de domaine correspondant à l'État où la demande est réputée avoir été effectuée ou, plus largement, sur les noms de domaine du moteur de recherche qui correspondent aux extensions nationales de ce moteur pour l'ensemble des États membres de l'Union européenne soulève une deuxième difficulté sérieuse d'interprétation du droit »* de l'UE.

Il ajoute que la question de savoir si le droit au déréférencement « doit être interprété en ce sens que l'exploitant d'un moteur de recherche [...] est tenu de supprimer, par la technique dite du "géo-blocage", depuis une adresse IP réputée localisée dans l'État de résidence du bénéficiaire du "droit au déréférencement", les liens litigieux des résultats affichés à la suite d'une recherche effectuée à partir de son nom, ou même, plus généralement, depuis une adresse IP réputée localisée dans l'un des États membres » de l'Union européenne, « indépendamment du nom de domaine utilisé par l'internaute qui effectue la recherche, soulève une troisième difficulté sérieuse d'interprétation du droit » de l'UE.

Considérant ces questions comme présentant « plusieurs difficultés sérieuses d'interprétation du droit de l'Union européenne » et « déterminantes pour la solution du litige », le CE décide d'en saisir la CJUE.

Arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne, du 24 septembre 2019

Pour la CJUE, il « ne ressort aucunement » de la directive et du règlement visés que le législateur européen ait « fait le choix de conférer aux droits » en cause « une portée qui dépasserait le territoire des États membres et qu'il aurait entendu imposer, à un opérateur » tel que Google, « une obligation de déréférencement portant également sur les versions nationales de son moteur de recherche qui ne correspondent pas aux États membres ». En conséquence, elle estime qu'il n'existe pas « pour l'exploitant d'un moteur de recherche qui fait droit à une demande de déréférencement [...] d'obligation découlant du droit de l'Union de procéder à un tel déréférencement sur l'ensemble des versions de son moteur ».

« S'agissant de la question de savoir si un tel déréférencement doit s'effectuer sur les versions du moteur de recherche correspondant aux États membres ou sur la seule version de ce moteur correspondant à l'État membre de résidence du bénéficiaire du déréférencement », la Cour de justice pose que « le déréférencement en cause est, en principe, censé être opéré pour l'ensemble des États membres » de l'Union européenne.

La Cour conclut que, « lorsque l'exploitant d'un moteur de recherche fait droit à une demande de déréférencement

[...], il est tenu d'opérer ce déréférencement non pas sur l'ensemble des versions de son moteur, mais sur les versions de celui-ci correspondant à l'ensemble des États membres ». C'est ainsi éclairé que le CE statue dans son arrêt du 27 mars 2020.

Arrêt du Conseil d'État, du 27 mars 2020

Pour le CE, en sanctionnant la société Google Inc. « au motif que seule une mesure s'appliquant à l'intégralité du traitement liée au moteur de recherche, sans considération des extensions interrogées et de l'origine géographique de l'internaute effectuant une recherche est à même de répondre à l'exigence de protection », la Cnil a entaché sa délibération d'erreur de droit.

L'arrêt retient encore qu'il « ne résulte, en l'état du droit applicable, d'aucune disposition législative qu'un tel déréférencement pourrait excéder le champ couvert par le droit de l'Union européenne pour s'appliquer hors du territoire des États membres ». Il ajoute qu'« une telle faculté ne peut être ouverte qu'au terme d'une mise en balance entre, d'une part, le droit de la personne concernée au respect de sa vie privée et à la protection des données à caractère personnel la concernant et, d'autre part, le droit à la liberté d'information ».

De tout cela, il est conclu que « la société Google Inc. est fondée à demander l'annulation » de la sanction qu'elle attaque, prononcée, à son encontre, par la Cnil, le 10 mars 2016.

De la combinaison des textes européens et de la loi française et de l'interprétation qu'en font la CJUE et le CE, il résulte qu'il « n'existe, pour l'exploitant d'un moteur de recherche qui fait droit à une demande de déréférencement [...] pas d'obligation découlant du droit de l'Union de procéder à un tel déréférencement sur l'ensemble des versions de son moteur », mais que « le déréférencement en cause est, en principe, censé être opéré pour l'ensemble des États membres » de l'UE. Toute exigence complémentaire, telle qu'imposée en l'espèce par la Cnil, entraîne l'annulation de la sanction prononcée .

ED

En Allemagne, la loi autorisant l'espionnage des étrangers jugée inconstitutionnelle

Le Tribunal constitutionnel fédéral de Karlsruhe a rendu, le 19 mai 2020, un arrêt important qui déclare contraire à la Constitution la loi autorisant et encadrant l'espionnage des étrangers, notamment des journalistes, par les services de renseignement. Alors que de plus en plus de voix s'élèvent en Europe afin de dénoncer la tentation des pouvoirs publics de recourir à des pratiques dignes de *Big Brother*, cette décision témoigne du fait que les droits de l'homme sont le plus important garde-fou.

Révélations du *Spiegel*

Dans un article du 24 février 2020, *Der Spiegel* a révélé que les services de renseignement extérieur du gouvernement fédéral allemand – le BND, pour Bundesnachrichtendienst – espionnaient des journalistes de la BBC, du *New York Times* ou encore de l'agence de presse Reuters. *Der Spiegel*, hebdomadaire de premier plan en Allemagne, a déjà à plusieurs reprises rendu publiques des pratiques d'espionnage par les services de renseignement du pays. Le BND avait ainsi été accusé d'écouter, pour le compte de l'agence de renseignement américaine NSA, des responsables du ministère français des affaires étrangères, de la présidence française et de la Commission européenne. En 2015, on apprenait que les services de renseignement allemands avaient mis sur écoute les ministères de l'intérieur américain, polonais, autrichien, danois et croate. Deux ans auparavant, la révélation de l'espionnage du téléphone portable de la chancelière Angela Merkel par les États-Unis avait provoqué de fortes tensions diplomatiques.

Cette fois, *Der Spiegel* signale la mise sur écoute d'au moins cinquante journalistes et rédactions dans le

monde entier. Que l'Allemagne, État démocratique et républicain, agisse de la sorte en dit long sur la « guerre froide de l'information » qui marque l'époque actuelle, où l'espionnage de journalistes côtoie la prolifération de fausses informations. En l'occurrence, [la liberté de la presse, notamment à travers la protection des sources, est fortement malmenée](#). *Der Spiegel* indique en outre que les documents auxquels il a eu accès ne témoignent que très partiellement des pratiques de surveillance, sans doute sont-elles de plus grande ampleur. D'autres médias ont peut-être été espionnés. Le BND, quant à lui, n'a pas réagi à ces révélations. Citée par *Der Spiegel*, l'ONG Reporters sans frontières a dénoncé « une attaque monstrueuse contre la liberté de la presse ». Une action en justice a même été engagée en 2017, laquelle a abouti au jugement du Tribunal constitutionnel allemand rendu le 19 mai 2020.

Parmi les plaignants, se trouve notamment la journaliste azerbaïdjanaise Khadija Ismayilova, récipiendaire du prix Nobel alternatif en 2017 « pour son courage et sa ténacité à exposer la corruption au plus haut niveau gouvernemental ». Elle a enquêté sur des affaires impliquant deux députés allemands, soupçonnés d'avoir été corrompus. « Journaliste enquêtant sur de telles affaires à l'aide de sources confidentielles, je dois craindre que non seulement mon propre gouvernement, mais aussi le gouvernement allemand, veuillent savoir sur quoi j'enquête », expliquait-elle dans les colonnes du *Süddeutsche Zeitung*. Quant au directeur de Reporters sans frontières, Christian Mihr, [il évoquait des pratiques de surveillance visant à « intimider les journalistes »](#), une grave atteinte à la liberté de la presse.

Une protection des « étrangers à l'étranger » autant que des nationaux

Dans son arrêt, le Tribunal constitutionnel fédéral de Karlsruhe, la plus haute autorité judiciaire d'Allemagne, juge que la collecte massive de données à l'étranger par les services de renseignement allemands constitue une pratique contraire à la Constitution. En conséquence, la loi de 2016, qui encadre (et donc autorise) cet espionnage, devra être réécrite avant la fin de l'année 2021. La Cour constitutionnelle souligne que le législateur et le BND doivent respecter les droits fondamentaux ; que cet impératif vaut autant sur le

territoire allemand qu'ailleurs dans le monde ; et que ces droits fondamentaux profitent aux étrangers comme aux citoyens allemands.

Un apport majeur de cet arrêt est ainsi d'obliger le législateur à protéger autant les « étrangers à l'étranger » que les citoyens nationaux contre les pratiques d'espionnage, ce qui n'est pas le cas dans la plupart des pays. « *La grande victoire est que les autorités allemandes ne peuvent pas se débarrasser de leurs liens constitutionnels à l'étranger* », s'est félicitée Nora Markard, membre du conseil d'administration de l'ONG Gesellschaft für Freiheitsrechte (Société pour les libertés civiles).

Liberté de la presse, secret des correspondances et liberté d'opinion

Plus exactement, la loi et les pratiques de surveillance des communications à l'étranger violent le secret des correspondances, la liberté d'opinion et la liberté de la presse. Comme d'autres pays, notamment les États-Unis ou la France, les services de renseignement allemands collectent et enregistrent de grandes quantités de données circulant sur les réseaux de télécommunications. Dans un État de droit, pareille surveillance de masse ne peut être autorisée qu'à la condition d'être encadrée par d'importantes limites, *a fortiori* dès lors que les données en cause concernent des professions sensibles telles que celle de journaliste ou d'avocat. En l'espèce, le Tribunal constitutionnel fédéral de Karlsruhe souligne que **la surveillance doit répondre à des objectifs spécifiques et être proportionnée**. Or, s'agissant des journalistes, qui jouissent de droits particulièrement protégés comme la liberté de la presse et la liberté d'information, une surveillance proportionnée équivaut à une absence de surveillance.

En outre, les juges de Karlsruhe précisent que les mêmes limitations s'appliquent à la coopération avec des services de renseignement étrangers. Les services de renseignement allemands travaillent en partenariat avec leurs homologues américains et avec l'alliance

dite Five Eyes (Royaume-Uni, Australie, Canada, États-Unis, Nouvelle-Zélande). **C'est pourquoi la décision du Tribunal constitutionnel revêt une importance majeure car elle pourrait influencer les pratiques d'autres pays occidentaux, dont certains se trouvent au cœur de la « guerre froide de l'information »** – quand, loin de tels questionnements éthiques, la Chine et, dans une moindre mesure, la Russie maintiennent des cadres juridiques liberticides envers leur presse comme envers leur population, permettant au pouvoir d'utiliser sans contrainte les technologies numériques.

Pour Christian Mihr, « *la Cour constitutionnelle fédérale a souligné l'importance de la liberté de la presse. Nous sommes heureux que les juges de Karlsruhe mettent un terme à la pratique de surveillance excessive du BND* ». Et le directeur de RSF d'espérer « *un effet de signal international pour les activités des services de renseignement d'autres pays* ». L'Allemagne doit désormais élaborer une nouvelle loi davantage protectrice des droits humains, qui pourrait servir d'exemple aux autres pays occidentaux où les dérives antidémocratiques des technologies numériques sont également redoutées.

Le jugement du Tribunal constitutionnel fédéral de Karlsruhe témoigne de l'impérieuse nécessité d'adapter les règles de droit à l'ère numérique. L'intelligence artificielle et autres nouvelles technologies étant capables d'émanciper autant que d'asservir, le droit doit assurer la protection des libertés fondamentales contre toute autre considération, économique comme politique.

BB

Sources :

- « L'Allemagne a espionné des médias étrangers, affirme "Le Spiegel" », *Le Monde* avec l'AFP, lemonde.fr, 24 février 2017.
- « Espionnage : les renseignements allemands semoncés par la Cour constitutionnelle », Johanna Luyssen, liberation.fr, 19 mai 2020.
- « La surveillance d'Internet par les services de renseignement jugée contraire à la Constitution en Allemagne », *Le Monde* avec l'AFP, lemonde.fr, 19 mai 2020.

L'Autorité de la concurrence inflige une amende géante à Apple

Pour avoir porté atteinte à la concurrence en imposant des conditions commerciales à ses distributeurs premium et pour s'être entendu avec ses grossistes en France, Apple écope d'une amende record liée à sa « *dimension extraordinaire* ». Le groupe est aussi sanctionné pour pratiques commerciales trompeuses.

1,1 milliard d'euros : c'est l'amende que l'Autorité de la concurrence a infligée en France à Apple pour avoir favorisé ses propres magasins et certains grossistes dans la vente de ses produits, hors iPhone. Prononcée le 16 mars 2020, l'amende est très importante quand on la compare au record précédent, l'amende de 350 millions d'euros infligée en 2015 à Orange pour avoir profité d'informations privilégiées liées au contrôle de la boucle locale. Cette importance est à la hauteur de l'enjeu.

En effet, Apple a commencé à déployer ses propres boutiques en 2001, au moment où elle a diversifié sa gamme, sortant du seul marché des ordinateurs pour commercialiser aussi des iPod. Avec ses boutiques, Apple a cherché à se distinguer des constructeurs concurrents en conférant à ses produits une image de marque distinctive, ce qui contribue à justifier leur prix élevé. Le groupe ne pouvait donc pas envisager que ses produits bénéficient dans d'autres réseaux de distribution de remises et autres « bons plans », à l'instar des produits concurrents qui sont des produits électroniques de grande consommation. C'est là le deuxième enjeu. Les produits Apple sont bien des produits de masse et le groupe ne pouvait pas miser sur une distribution exclusive dans les seuls Apple Store, à l'instar des marques de luxe. Il a donc fallu reproduire au mieux l'univers Apple en dehors du réseau intégré, mais toujours privilégier l'expérience procurée par les Apple Store. Pour ce faire, Apple a commis deux fautes selon l'Autorité de la concurrence. Il s'est d'abord entendu avec ses deux grossistes, Tech Data et Ingram

Micro, également sanctionnés, pour qu'ils ne se concurrencent pas, procédant ainsi *de facto* à un partage du marché interdisant en aval aux distributeurs d'espérer des rabais et de pratiquer des opérations commerciales. Enfin, les distributeurs dits premium des produits Apple, ceux donc qui s'engagent, par leur accueil et leur service après-vente, à reproduire autant que faire se peut la qualité de service proposée dans les Apple Store, se sont vus pénalisés par les pratiques d'Apple qui a tardé à leur livrer ses produits les plus récents. Le groupe a favorisé ses Apple Store, provoquant ainsi des ruptures d'approvisionnement chez ses distributeurs non intégrés. Apple leur a également imposé des prix de vente ne leur permettant pas de se distinguer des prix pratiqués en Apple Store. Cette stratégie a permis de rabattre vers les Apple Store des clients auparavant fidélisés par les distributeurs premium. Parce que ces derniers ne pouvaient pas se passer d'Apple, le groupe américain est ainsi accusé d'avoir « *exploité abusivement la dépendance économique de ces distributeurs premium à son égard* ».

C'est d'ailleurs une plainte de l'un de ces vendeurs premium, la société eBizzcuss qui, en 2002, a lancé l'enquête de l'Autorité de la concurrence. Celle-ci rappelle les règles du droit de la concurrence pour justifier l'importance de l'amende infligée : « *Si un fabricant est libre d'organiser son système de distribution comme il l'entend, [...] il est en particulier interdit, pour un fabricant tête de réseau, de porter atteinte à la concurrence que doivent se livrer ses grossistes en leur pré-attribuant des clients, de s'entendre avec ses distributeurs sur les prix de détail pratiqués à l'égard des consommateurs finals ou encore d'abuser de la situation de dépendance économique dans laquelle se trouvent ses partenaires commerciaux, notamment en les désavantageant par rapport à son propre réseau de distribution interne* ». Elle justifie également le montant très élevé de l'amende par la « *dimension extraordinaire* » de l'acteur économique concerné. Il ne faudrait pas en effet que les pénalités infligées soient considérées comme insignifiantes pour des groupes aux poches très profondes, les incitant ainsi à reconduire des pratiques illégales.

L'amende importante infligée par l'Autorité de la concurrence contraste avec celle infligée le 7 février 2020 par la Direction générale de la concurrence, de la

consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). Cette dernière était chargée d'une enquête à la suite d'une plainte de l'association HOP (Halte à l'obsolescence programmée), laquelle s'appuyait sur la reconnaissance par Apple, le 21 décembre 2017, de pratiques visant à brider volontairement les performances des anciens iPhone pour en prolonger la durée de vie à l'occasion des mises à jour de l'OS. La DGCCRF ne retient pas l'obsolescence programmée, le ralentissement des performances étant un moyen aussi de prolonger la durée de vie des téléphones. Elle retient seulement des « *pratiques commerciales trompeuses* », Apple n'ayant pas informé les détenteurs d'iPhone des conséquences des mises à jour de leur OS. C'est sur ce constat que la DGCCRF et Apple se sont accordés dans le cadre d'une

transaction pénale qui sanctionne Apple à hauteur de 25 millions d'euros.

AJ

Sources :

- « Apple sanctionné en France pour avoir bridé ses vieux iPhone sans le dire », *Le Figaro* avec l'AFP, 7 février 2020.
- « Apple, Tech Data et Ingram Micro sanctionnés », Communiqué de presse, Autorité de la concurrence, autoritedelaconcurrence.fr, 16 mars 2020.
- « Apple condamné à une amende record de 1,1 milliard par l'Autorité de la concurrence », Sébastien Dumoulin, Raphaël Balenieri, lesechos.fr, 16 mars 2020.
- « Apple écope d'une amende de 1,1 milliard d'euros », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 17 mars 2019.

Les chauffeurs Uber sont bien des salariés selon la Cour de cassation

L'étau se resserre une nouvelle fois sur les plateformes de mise en relation. La Cour de cassation vient en effet de confirmer, dans un arrêt du 4 mars 2020¹, la requalification de la relation liant la plateforme Uber à l'un de ses chauffeurs en contrat de travail.

La Cour de cassation confirme ainsi la position qu'elle avait déjà adoptée dans un arrêt du 28 novembre 2018², s'agissant d'un livreur de la plateforme Take Eat Easy. La solution ne surprend guère et s'inscrit dans une jurisprudence classique en la matière. Elle révèle à nouveau l'absence de cadre juridique adapté aux emplois dits atypiques, qui se situent à la frontière entre l'emploi indépendant et l'emploi salarié.

La requalification en contrat de travail de la relation entre la plateforme Uber et l'un de ses chauffeurs

En l'espèce, le pourvoi était exercé contre l'arrêt rendu par la cour d'appel de Paris le 10 janvier 2019³ (voir *La rem*, n°49, p.23). Les faits sont désormais classiques dans ce genre d'affaire.

Un chauffeur a travaillé « en partenariat » avec Uber de 2016 à 2017, après s'être inscrit en tant que travailleur indépendant, et en louant successivement trois véhicules chez un partenaire de la plateforme. Les prestations qu'il a effectuées pendant cette période comprennent 2038 courses, pour lesquelles il recevait régulièrement des récapitulatifs et évaluations *via* l'application Uber, les critères employés par celle-ci étant détaillés dans les conditions d'utilisation du service et dans la charte communiquée à chaque chauffeur. La plateforme a cependant désactivé son compte sans avertissement préalable, après « *étude approfondie de son cas* ». Contestant cette rupture des relations, qu'il estimait être un licenciement abusif, le chauffeur a saisi le

conseil de prud'hommes de Paris, qui s'est déclaré incompetent. La cour d'appel a finalement requalifié la relation en contrat de travail, le chauffeur ayant manifestement été placé en situation de subordination vis-à-vis de la plateforme, en dépit de son prétendu statut de travailleur indépendant. La présomption de non-salariat établie par l'article L 8221-6 du code du travail a ainsi été renversée au vu des conditions dans lesquelles les prestations ont été effectuées.

La chambre sociale de la Cour de cassation va confirmer cette analyse, en s'appuyant sur sa propre jurisprudence⁴. Elle rappelle que l'existence d'un lien de subordination, propre à caractériser un contrat de travail, est appréciée au regard de « l'exécution d'un travail sous l'autorité d'un employeur qui a le pouvoir de donner des ordres et des directives, d'en contrôler l'exécution et de sanctionner les manquements de son subordonné ». De plus, le fait que les prestations soient effectuées dans le cadre d'un service organisé par l'employeur et dont il détermine unilatéralement les conditions d'exécution peut constituer un indice de subordination. Au cas d'espèce, [cela sous-entend que la marge de manœuvre laissée au chauffeur en termes d'horaires de travail et de choix des courses ne suffit pas forcément pour exclure tout lien de subordination dès lors que les courses réellement effectuées le sont sous la direction de la plateforme](#). Tel était bien le cas, puisque le service avait été entièrement créé et organisé par Uber, le chauffeur n'ayant par ailleurs aucune liberté quant aux tarifs ou au choix de l'itinéraire. Ceux-ci sont fixés de façon automatique à l'aide d'un algorithme de l'application et peuvent faire l'objet d'un ajustement lorsque le chauffeur a choisi un parcours inefficace. Par ailleurs, si celui-ci conserve en théorie une certaine liberté quant au choix des courses, il s'avère que l'application contrôle le nombre de refus et l'incite *in fine*, par des messages directs ou indirects, à rester connecté le plus longtemps possible dans l'espoir d'obtenir une nouvelle sollicitation. Il s'ajoute à cela que l'itinéraire peut ne pas être connu du chauffeur au moment où il accepte la course. Enfin, la plateforme s'autorise à désactiver le compte d'un chauffeur à sa « *discrétion raisonnable* ».

Il se déduit de tous ces éléments l'existence d'un pouvoir de direction et de contrôle ainsi que d'un

pouvoir de sanction de la plateforme Uber à l'égard des prestations effectuées par les chauffeurs partenaires. Aussi, la chambre sociale confirme la requalification en contrat de travail, affirmant même que le statut de travailleur indépendant du chauffeur était « *fictif* ».

Perspectives

L'arrêt ainsi rendu par la chambre sociale n'apporte pas d'innovation majeure, que ce soit au niveau de l'appréciation du lien de subordination ou de la situation des travailleurs des plateformes.

L'emploi du terme « *fictif* » a pu être jugé particulièrement surprenant, la Cour semblant presque nier la possibilité d'un emploi indépendant au vu des circonstances⁵. De là en déduit-on volontiers la fin du modèle économique des plateformes de mise en relation, qui seraient finalement incapables de garantir des conditions d'emploi pleinement indépendantes à leurs chauffeurs. S'il semble exister une grande diversité de situations d'un travailleur à un autre, encore faut-il que les plateformes telles qu'Uber laissent un véritable choix statutaire à chacun plutôt que de jouer sur une flexibilité qui n'est que de façade. Quoi qu'il en soit, [ces emplois « atypiques » ne disposent pas d'un cadre adapté, équilibrant la souplesse d'organisation et la sécurité de l'emploi](#). Le législateur, dans la loi d'orientation des mobilités, a bien tenté de faire sauter certains verrous en renforçant la portée de la présomption de non-salariat et en imposant le principe de chartes professionnelles propres à chaque plateforme. Ces dispositions ont néanmoins été censurées par le Conseil constitutionnel, dans sa décision en date 20 décembre 2019⁶, notamment parce que les engagements figurant dans la charte pouvaient porter sur des éléments propres à caractériser le lien de subordination (voir *La rem*, n°53, p.12). Au point mort, la loi ne peut donc pour l'instant faire obstacle à la requalification des contrats par le juge⁷.

On notera que le Sénat a rejeté, le 4 juin, une proposition de loi relative au statut des travailleurs des plateformes, qui tendait à créer une nouvelle catégorie de contrat de travail spécialement dédiée à ces professions⁸. Le texte entendait soumettre ces travailleurs

aux dispositions du code du travail, plutôt que de créer un statut intermédiaire entre le salarié et le travailleur indépendant, tout en admettant quelques aménagements (notamment au niveau des règles relatives au temps de travail). Dans l'attente, les conclusions à venir de la mission Frouin permettront d'en savoir plus sur le contenu de la future ordonnance consacrée aux conditions de représentation des travailleurs des plateformes (prévue par l'article 48 de la LOM)⁹. L'objectif sera de leur garantir une représentation équilibrée vis-à-vis des plateformes qui les emploient, ce afin de négocier plus efficacement leurs conditions de travail. Celle-ci est d'autant plus nécessaire en l'état actuel, car une relation exclusivement numérique (et automatisée) ne permet pas un dialogue direct. Comme le relevait M. Pascal Savoldelli, auteur de la proposition de loi précitée, [les travailleurs à la tâche de jadis avaient au moins la possibilité de s'adresser directement à leur commissionnaire pour discuter de la valeur de leur travail](#)¹⁰. À défaut de trancher la question du statut, il importera en effet de réhumaniser les relations entre les travailleurs et les plateformes.

Le sujet agite également outre-Atlantique. L'État de Californie a en effet adopté une loi « anti-ubérisation » fin 2019 (voir *La rem*, n°52, p.71), dont la portée ne cesse de générer des controverses. Plusieurs entreprises comme Uber, et des organisations professionnelles, notamment d'auteurs, journalistes et photographes de presse¹¹, ont saisi les juridictions californiennes afin de contester l'application de la loi. Celle-ci générerait en effet des disparités de traitement entre professionnels relevant du même secteur sur la base de critères purement arbitraires. Tel serait le cas pour les professionnels de la presse, qui sont exemptés par la loi du test en trois étapes en fonction du nombre annuel de publications qu'ils produisent pour chaque éditeur (35 maximum).

D'autres professionnels, tels que les conducteurs de camion, affirment vouloir conserver une certaine souplesse d'organisation, ce qui implique pour eux de ne pas être requalifiés de façon automatique en salariés.

PM

Sources :

- 1 C. Cass., Ch. Soc., 4 mars 2020, n° 19-13.316, FP-P+B+R+I.
- 2 C. Cass., Ch. Soc., 28 novembre 2018, n° 17-20.079, FP-P+B+R+I; C. Courcol-Bouchard, « Le livreur, la plateforme et la qualification du contrat », RDT, 2018, p. 812.
- 3 CA Paris, P. 6, 2^e Ch., 10 janvier 2019, n° 18/08357, *Dalloz IP/IT*, mars 2019, p. 186-191, note J. Sénéchal.
- 4 C. Cass., Ch. Soc., 13 novembre 1996, n° 94-13.187, *JCP-E*, jurisprudence, 1997, p. 21-24, obs. J. Barthélemy.
- 5 « Chauffeur Uber: "L'arrêt de la Cour de cassation ne remet pas en cause le modèle des plateformes" », interview de M. Fabien Masson, avocat, *Dalloz Actualité*, 16 mars 2020.
- 6 Décision n° 2019-794 DC du 20 décembre 2019; F. Favennec-Héry, « Les travailleurs des plateformes collaboratives : en attendant Godot », *Semaine Sociale Lamy*, 24 février 2020, p. 8-11.
- 7 « L'article 44 de la LOM versus les arrêts Take Eat Easy et Uber », S. Michel, *JSL*, 23 mars 2020, p. 3-13.
- 8 Proposition de loi relative au statut des travailleurs des plateformes numériques, déposée le 11 septembre 2019, rejetée en 1^{re} lecture le 4 juin 2020.
- 9 « Pour une meilleure représentation des travailleurs des plateformes numériques », www.gouvernement.fr, 14 janvier 2020.
- 10 Sénat, séance du jeudi 4 juin 2020, discussion sur l'article 3 de la proposition de loi.
- 11 United States Court – Central District of California – Western Division, *American Society of Journalists and Authors Inc. and National Press Photographers Association vs X. Becerra, Attorney General of the State of California*, Complaint for Violation of Federal Civil Rights under 42 U.S.C. § 1983 Declaratory and Injunctive Relief, December 17, 2019.

Anti-concentration : les groupes européens veulent de nouvelles marges de manœuvre

Mediaset s'impose progressivement au capital de ProSiebenSat.1 et construit sa holding européenne de l'audiovisuel. En France comme en Allemagne, le groupe Bertelsmann s'inquiète des dispositifs anti-concentration qui lui interdisent des opérations de consolidation.

Le 14 février 2020, Nicolas de Tavernost, président du directoire du Groupe M6, filiale de RTL Group, lequel est contrôlé par l'allemand Bertelsmann, sonnait la charge dans *Les Echos* : « *En France, et plus globalement en Europe, les réglementations nous empêchent de bâtir de puissants groupes audiovisuels capables de rivaliser avec les nouveaux acteurs type Netflix ou Amazon* ». Il avançait, exemples à l'appui, que ces contraintes empêchent son groupe de se développer en France. Ainsi, le Groupe M6 est astreint à des obligations de production indépendante et ne peut pas s'appuyer sur la production audiovisuelle pour compenser des difficultés sur ses activités de télévision, ce que fait ITV au Royaume-Uni. La réglementation encadre les relations entre diffuseurs et producteurs, pas encore entre producteurs et plateformes de SVOD : Netflix gèle les droits des producteurs sur 18 ou 25 ans quand M6 sait que les programmes qu'elle finance iront sur d'autres chaînes et d'autres supports dans les 18 mois suivants. Autre exemple avancé, celui de la plateforme française commune Salto. Si l'Autorité de la concurrence a donné son accord, c'est au terme d'un examen à partir d'un marché considéré comme pertinent, celui du marché de la télévision, qui dès lors génère des contraintes spécifiques pour les partenaires, les chaînes françaises, sommées de ne pas favoriser l'entreprise commune qu'elles ont créée. En limitant l'examen au seul marché pertinent de la télévision et en excluant donc les offres de SVOD de l'analyse concurrentielle, l'Autorité de la concurrence protégerait donc Netflix, Amazon Prime ou Disney+

d'une concurrence efficace de la part des acteurs locaux.

Le 16 février 2020, c'était le PDG de Bertelsmann, Thomas Rabe, qui appelait, dans le *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, à une réforme de la réglementation en Europe pour que « *des coopérations significatives, voire des fusions plus importantes, soient autorisées afin de créer des champions nationaux* ». Thomas Rabe évoquait même [un rapprochement de RTL et de ProSiebenSat.1 afin de faire émerger un concurrent national solide face aux plateformes américaines de SVOD](#). L'argument est fécond outre-Rhin où le débat sur les dispositifs anti-concentration s'est récemment durci depuis que ProSiebenSat.1, le TF1 allemand, a vu Mediaset et le tchèque Daniel Kretinsky monter à son capital (voir *La rem* n°53, p.36), une prise de contrôle par Mediaset étant désormais probable.

En effet, alors que le groupe de la famille Berlusconi avait, en mai 2019, pris une participation de 9,6% dans ProSiebenSat.1, il a profité de la crise liée au coronavirus et de la chute de l'action du groupe allemand pour monter jusqu'à 20% dans son capital. Daniel Kretinsky a lui aussi doublé sa participation dans ProSiebenSat.1, passée de 4 à 10%. Autant dire que [ProSiebenSat.1 n'est déjà presque plus une entreprise allemande](#). D'ailleurs, son management évolue : le 26 mars 2020, le conseil de surveillance de ProSiebenSat.1 annonçait le remplacement immédiat de son PDG, Max Conze. La stratégie évolue aussi : le groupe va céder ses activités dans le numérique pour se concentrer sur le divertissement, donc principalement les activités télévisuelles sur ses trois principaux marchés, l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse où ProSiebenSat.1 édite quinze chaînes. Le groupe reste en revanche présent dans la SVOD, ProSiebenSat.1 étant l'un des partenaires de Joyn, le « Salto » allemand, aux côtés de Discovery et des deux chaînes publiques ARD et ZDF. Reste que [le nouveau profil du groupe, recentré sur l'audiovisuel, permet d'envisager un rapprochement avec Mediaset](#) qui milite pour l'émergence d'un grand groupe européen de la télévision et du divertissement.

Si ce grand groupe n'a pas pu se faire avec Vivendi, le projet de Netflix du Sud ayant avorté (voir *La rem* n°41,

p.65), il se fera, espère Mediaset, à travers la holding néerlandaise MediaForEurope (MFE). Déposé aux Pays-Bas en juin 2019 pour y fusionner les actifs espagnols et italiens de Mediaset et bloquer le pouvoir de Vivendi au sein de Mediaset (voir *La rem* n°53, p.36), le projet MFE a franchi une nouvelle étape. Alors que les autorités espagnoles de la concurrence doivent encore l'autoriser et que Vivendi multiplie les procédures judiciaires à son encontre, Mediaset a confirmé, le 17 février 2019, avoir enregistré les statuts de sa future holding aux Pays-Bas et disposer désormais de six mois pour y loger ses activités, ce qui lui laisse le temps d'épurer ses contentieux. MFE pourra donc être la structure qui accueillera également à terme les actifs de ProSiebenSat.1, si Mediaset finit par asseoir sa domination sur le groupe allemand. Un géant européen de la télévision aura ainsi émergé, présent sur trois des cinq grands marchés européens, l'Espagne,

l'Italie et l'Allemagne. [À ce jour, seul Bertelsmann dispose véritablement d'une présence européenne dans la télévision en clair](#) grâce à RTL Group et ses filiales française, espagnole et en Europe de l'Est.

AJ

Sources :

- « Il faut favoriser les regroupements européens de médias », interview de Nicolas de Tavernost, Président du directoire de M6, par Nicolas Madelaine, Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 14 février 2020.
- « L'allemand Bertelsmann rêve d'une fusion entre RTL Group et ProSiebenSat.1 », Nathalie Steiwer, *Les Echos*, 18 février 2020.
- « Le groupe de télévision ProSiebenSat.1 se recentre sur son cœur de métier », Ninon Renaud, *Les Echos*, 30 mars 2020.

TECHNIQUES

Covid-19. **Enjeux techniques de l'application de traçage numérique StopCovid**

Lancée le 2 juin 2020 sur les magasins d'applications d'Apple et de Google, StopCovid, l'application française de suivi de contact s'appuie notamment sur le Bluetooth et le protocole ROBERT, visant à garantir à ses utilisateurs l'anonymat que requiert ce projet et à établir une indépendance numérique vis-à-vis de Google et d'Apple.

Finalité du projet

Le suivi de contact, en anglais *contact tracing*, fait partie du protocole utilisé par les équipes médicales afin de retracer, *via* leurs déplacements,

les rencontres des personnes contaminées lors d'une pandémie, dans le but d'identifier d'autres personnes éventuellement infectées et de reconstituer les chaînes de contamination. Ce suivi de contact était effectué jusqu'alors sur le terrain par le personnel médical en face à face avec les malades. Un taux d'équipement en smartphones de la population française supérieur à 75% a permis d'envisager de numériser les chaînes de contamination grâce à une application mobile, comme ont choisi de le faire l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie, la Suisse ou encore l'Estonie.

Nommée StopCovid, l'application mobile française de suivi de contact permet de **reconstituer automatiquement les liens de transmission de la maladie afin de prévenir ceux et celles qui ont croisé une personne contaminée** et de les inciter, notamment, à réaliser un test de dépistage. Cet outil numérique devrait servir à prévenir une éventuelle seconde vague de contamination survenant après le déconfinement du 11 mai 2020.

Proposée sur les magasins d'applications de Google et d'Apple à compter du 2 juin 2020, l'installation de l'application s'appuie sur le volontariat. Lorsque deux personnes ayant préalablement installé l'application sur leur smartphone se croisent pendant au minimum 15 minutes, à une distance de moins d'un mètre, leurs appareils se détectent *via* leur connexion Bluetooth et enregistrent leurs identifiants respectifs qui seront conservés durant 14 jours. Par la suite, si une personne s'avère malade, elle pourra le déclarer *via* l'application, selon une procédure stricte permettant d'éviter de fausses déclarations, et alertant ainsi automatiquement toutes les personnes dont l'identifiant aura été enregistré dans son smartphone.

Les choix techniques de la France

Depuis le 7 avril 2020, l'Inria (Institut national de recherche en sciences et technologies du numérique), sous la supervision du ministère des solidarités et de la santé et du secrétariat d'État chargé du numérique, en lien avec le ministère de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation, est chargé de piloter le développement de l'application, auquel contribuent, à titre gracieux, des acteurs publics et privés, notamment l'Anssi (Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information, Inserm (Institut national de la santé et de la recherche médicale), Santé Publique France, Capgemini, Dassault Systèmes, Lunabee, Orange et Withings.

Bluetooth vs géolocalisation

Une application de suivi de contact basée sur la géolocalisation de l'appareil apparaissant comme contraire aux impératifs d'anonymisation, **le choix s'est porté sur le Bluetooth Low Energy, qui permet à deux smartphones de se détecter à une distance rapprochée et d'échanger leurs identifiants respectifs.** En utilisant l'outil d'analyse d'Exodus Privacy, association à but non lucratif dont l'objet est d'avoir « une meilleure compréhension des enjeux liés au pistage par le biais des applications Android » (voir *La rem* n°45, p.57), il s'avère que **l'installation de StopCovid sur un smartphone requiert onze permissions**, dont notamment, en plus du Bluetooth, l'accès à la géolocalisation, pourtant écartée par les instigateurs du projet. Il faut y voir une impossibilité technique, la France ayant fait le choix

d'éviter de passer par la solution clé en main, proposée par Apple et Google. Dès la fin mars 2020, chacun de son côté, puis conjointement à partir du 10 avril 2020, Apple et Google ont travaillé à la création d'une API (*Application Programming Interface*) afin de permettre aux développeurs et aux États de créer une application de suivi de contact exonérée des limitations techniques qu'ils imposent habituellement. Ainsi, la solution américaine garantit l'activation de la seule liaison Bluetooth, proscrivant même l'accès de l'application aux autres services de géolocalisation.

En revanche, une application tierce comme StopCovid reste soumise aux contraintes des systèmes d'exploitation américains, l'accès au Bluetooth ne pouvant être dissocié d'une permission d'accès à tous les autres services de localisation, même si, dans la pratique, seul le Bluetooth sera utilisé. Apple interdit d'autre part aux applications qui sont ouvertes, mais fonctionnent en arrière-plan, d'accéder au Bluetooth, pour notamment protéger la vie privée des utilisateurs et la durée de vie de la batterie. L'application de suivi de contact, utilisée à Singapour, TraceTogether, conçue sur le modèle de StopCovid, illustre parfaitement cet écueil: les personnes équipées d'un iPhone sont contraintes de relancer constamment l'application, comme l'explique le site d'information Frandroid.

Approche centralisée vs décentralisée

L'API fournie par Apple et Google, nommée Exposure Notification, fonctionne sur un modèle « décentralisé », c'est-à-dire que les identifiants de chaque utilisateur sont générés par l'application, stockés directement sur les smartphones et circulent entre chaque appareil lorsqu'un utilisateur s'est déclaré malade. Comme l'indique Émile Marzolf, rédacteur pour acteurpublics.fr: « *Dans un modèle décentralisé, l'identification des contacts qu'a pu avoir une personne testée positive est réalisée directement de smartphone à smartphone, là où, dans le modèle centralisé, les informations remontent toutes vers un serveur central, de manière pseudonymisée, pour être comparées.* » Exposure Notification de Google et Apple est utilisée par les instances de santé publique de vingt-deux pays à ce jour afin de développer leur application de suivi de contact et d'en définir précisément les modalités d'usage. La Suisse teste l'application SwissCovid depuis le 18 mars

2020 et son lancement officiel est prévu fin juin 2020. Depuis le 8 juin 2020, l'Italie expérimente l'application Immuni dans quatre régions test. L'Allemagne propose l'application Corona-Warn-App depuis le 16 juin 2020.

Afin de protéger sa souveraineté numérique, la France, a préféré une approche centralisée, s'appuyant sur un protocole développé par l'Inria et l'institut allemand Fraunhofer pour la sécurité appliquée et intégrée (AISEC). Baptisé ROBERT (ROBust and privacy-presERving proximity Tracing), ce protocole émane d'une collaboration franco-allemande dans le cadre de l'initiative européenne PEPP-PT (Pan European Privacy-Preserving Proximity Tracing), qui a pour objet la création d'outils de suivi de contact respectueux des réglementations européennes en matière de protection des données, de vie privée et de sécurité (voir *La rem* n°48, p.20).

Selon Bruno Sportisse, président de l'Inria, « sa conception permet que personne, pas même l'État, n'ait accès à la liste des personnes diagnostiquées positives ou à la liste des interactions sociales ». Il n'en reste pas moins que l'application s'appuie sur un serveur central où sont stockés tous les identifiants pseudonymes des personnes exposées à la maladie. La Direction générale de la santé (DGS) en est le garant, tandis que les données sont hébergées en France par 3DS/Outscale. Selon Stéphane Le Calme, chroniqueur pour le site *developpez.com*, ce serveur central sert à générer l'identifiant unique de chaque utilisateur : « Cet identifiant doit rester le plus secret possible si le gouvernement veut assurer ses promesses d'anonymat. Pour que l'identifiant soit difficilement attribuable à un smartphone (et donc à une personne), StopCovid va embarquer un module de chiffrement de cet identifiant. Un algorithme va chiffrer à intervalle régulier l'identifiant unique. À chaque fois, l'identifiant unique sera donc chiffré d'une manière différente. »

Hubert Guillaud, rédacteur en chef d'InternetActu.net de la Fondation Internet Nouvelle Génération (FING) estime, pour sa part, que « rien ne nous dit que la police et les autorités de santé n'auront jamais accès aux données. Rien ne nous dit non plus que les données collectées par de telles applications de "contact tracking" ne pourraient pas être "désanonymisées". En effet, il suffirait à un

gouvernement de croiser les données de tous les utilisateurs pour reconstituer les allées et venues d'une grande partie des citoyens "volontaires" ». Quant à la Cnil, dont la délibération a été rendue publique le 24 avril 2020 (voir *supra*), elle préconisait, à l'instar de l'Anssi, le remplacement de l'algorithme de chiffrement de l'identifiant des utilisateurs par un autre, réputé plus sûr. Néanmoins, le Sénat et l'Assemblée nationale ont approuvé sans modification l'application StopCovid le 27 mai 2020.

Cependant, le 13 juin 2020, Gaëtan Leurent, chercheur français en cryptographie, qui participe au développement de l'application StopCovid au sein de l'Inria, a découvert que lorsqu'un utilisateur se déclare malade, « tous les contacts croisés pendant les 14 derniers jours » sont envoyés au serveur central, et non « uniquement les contacts avec un risque de transmission, c'est-à-dire à moins d'un mètre pendant plus de 15 minutes ». Le fonctionnement de l'application StopCovid semble ainsi être en contradiction avec le principe de minimisation posé par la Cnil et le Règlement général sur la protection des données personnelles (RGPD) qui prévoient que « les données à caractère personnel doivent être adéquates, pertinentes et limitées à ce qui est nécessaire au regard des finalités pour lesquelles elles sont traitées ». Le secrétariat d'État chargé du numérique, au courant de la situation, justifie cependant ce fonctionnement dans des propos rapportés par *Mediapart* : « tous les quarts d'heure, un nouvel identifiant est attribué à chaque appareil. [...] Ainsi, un contact qui ne durerait que cinq minutes pourrait être la suite d'un contact de douze minutes : deux contacts que seul le serveur est capable de relier pour comprendre qu'il s'agit en réalité d'un seul, de 17 minutes, donc à risques. » Des explications qui ne convainquent pas le lanceur d'alerte, pour qui des moyens techniques relativement simples permettraient de résoudre ce problème. Gaëtan Leurent y voit une « contradiction avec le décret qui encadre l'utilisation de StopCovid » et également « un vrai risque » que le serveur apprenne le graphe social des utilisateurs.

Les enjeux techniques sont des choix politiques

En optant pour une solution maison, la France montre sa volonté de s'émanciper de l'offre américaine,

indépendamment des garanties avancées par celle-ci. À l'inverse, l'Allemagne s'est désolidarisée de l'utilisation du protocole ROBERT, lui préférant l'API de Google et Apple, à l'instar de 22 pays parmi lesquels l'Italie, la Suisse ou les Pays-Bas. La solution choisie par la France, qui implique une centralisation des données, présente pourtant, selon l'avis d'experts en sécurité, un risque plus élevé de piratage. [Les choix techniques du développement de l'application StopCovid ont fait naître d'importantes tensions au sein même de l'État](#), entre les partisans de la solution proposée par les géants du web et le protocole promu par l'Inria, allant jusqu'à écarter du projet la Direction interministérielle du numérique (Dinum).

À vouloir concilier objectif de traçage numérique, respect des libertés publiques et souveraineté nationale, finalement aucune solution technique, notamment en pair-à-pair, garantissant vraiment l'anonymat des utilisateurs, n'aura été proposée au gouvernement français. De plus, les applications de suivi de contact sont indissociables des moyens humains et sanitaires mis en œuvre pour lutter efficacement contre la Covid-19. Présidente de la Cnil depuis février 2019, Marie-Laure Denis, auditionnée par le Sénat le 15 avril 2020, appelait à « *la vigilance sur le solutionnisme technologique* » (voir *La rem* n°33, p.60) en rappelant qu'il était « *dangereux de penser qu'une application de ce type peut tout résoudre* ».

L'application StopCovid n'est qu'une mesure de lutte contre la Covid-19 parmi d'autres, et son utilité dépendra forcément de son taux d'utilisation dans le temps. [Le premier bilan tiré de la mise en œuvre d'une application de suivi de contact à Singapour, en Australie ou en Islande est loin d'être encourageant](#). Ainsi Jason Bay, directeur de l'agence gouvernementale des services numériques de Singapour, où l'application TraceTogether est disponible depuis le 20 mars 2020, assène : « *Si vous me demandez si n'importe quelle application de traçage, existante ou en développement, n'importe où dans le monde, va remplacer le traçage manuel, je dirais sans hésitation que la réponse est non.* »

J-A F S

Sources :

- « Covid-19: la vie privée sera-t-elle une victime collatérale de l'épidémie de coronavirus? », Fabien Soyec, *cnetfrance.fr*, 10 avril 2020.
- « Covid-19: Bluetooth, serveur central, logiciel libre... On en sait un peu plus sur StopCovid », Alice Vitard, *usine-digitale.fr*, 20 avril 2020.
- « Entre Bubble et Apollo, la petite histoire du traçage commun d'Apple et de Google », Mickaël Bazoge, *igen.fr*, 28 avril 2020.
- « Application StopCovid: la France isolée dans son bras de fer avec Apple et Google », Damien Leloup, *Le Monde*, 28 avril 2020.
- « Recours aux Gafam, centralisation: les choix techniques sur StopCovid ont attisé les tensions au sein de l'État », Émile Marzolf, *acteurspublics.fr*, 30 avril 2020.
- « StopCovid ou encore? » Cedric 0, *medium.com*, 3 mai 2020.
- « Centralisé ou décentralisé: quelles différences entre les architectures des apps de contact tracing? », François Manens, *numerama.com*, 5 mai 2020.
- « StopCovid, toutes les réponses à vos questions sur l'application du déconfinement », *frandroid.com*, 7 mai 2020.
- « Délibération n° 2020-056 du 25 mai 2020 portant avis sur un projet de décret relatif à l'application mobile dénommée « StopCovid » (demande d'avis n° 20008032) », *cnil.fr*, 25 mai 2020.
- « StopCovid: l'INRIA va remplacer l'algorithme de chiffrement de l'application de contact tracing », Stéphane le Calme, *developpez.com*, 25 mai 2020.
- « Dans quel cas l'app StopCovid sera-t-elle efficace? », Marie Turcan, *numerama.com*, 27 mai 2020.
- « Application StopCovid: que sait-on du projet français de traçage des contacts? », Julien Lausson, *numerama.com*, 28 mai 2020.
- « Application StopCovid: accouchée dans la douleur, et une efficacité déjà remise en cause », Sylvain Tronchet, *franceinter.fr*, 30 mai 2020.
- « FAQ sur les aspects techniques de l'application StopCovid », *inria.fr*, 1^{er} juin 2020.
- « StopCovid demande l'accès à la géolocalisation sur Android, mais s'engage à ne pas l'utiliser », Julien Lausson, *numerama.com*, 2 juin 2020.
- « Too much contact data sent to the server », Gaëtan Leurent, *GitLab, Inria.fr*, June 12, 2020.
- « StopCovid, l'appli qui en savait trop », Géraldine Delacroix, *mediapart.fr*, 15 juin 2020.
- « L'application StopCovid collecte plus de données qu'annoncé », *Le Monde*, 16 juin 2020.

Covid-19. **Supercalculateur et calcul distribué**

La maladie à coronavirus 2019 – coronavirus provenant du latin « virus à couronne », du fait de sa ressemblance, au microscope électronique, à une couronne solaire – fait l’objet d’une intense mobilisation alliant les chercheurs en médecine et les spécialistes du calcul haute performance (voir *La rem* n°52, p.31).

Les recherches menées sur un médicament portent sur les possibilités d’inhiber l’infection virale en simulant des molécules susceptibles d’empêcher les protéines du virus de se lier aux cellules humaines. Ces simulations sont modélisées à l’aide de supercalculateurs afin de tester le plus grand nombre possible d’agents inhibants. Selon le CNRS, « *le modèle actuel du virus [au 14 avril 2020] comporte jusqu’à cinq millions d’atomes, un chiffre déjà colossal alors que l’objectif est d’atteindre les 250 millions* ». [Tous les pays du monde disposant de supercalculateurs, dans un élan de mobilisation générale, donnent la priorité aux projets consacrés à la lutte contre la Covid-19.](#) Les résultats de ces calculs et de ces modélisations servent ensuite à orienter des expérimentations biologiques nécessaires à la mise au point d’un vaccin.

Malgré les annonces erratiques du président des États-Unis, le département américain de l’énergie et IBM ont créé, dès le 22 mars 2020, le consortium Covid-19 Calcul à haute performance (Covid-19 High Performance Computing Consortium), réunissant des laboratoires nationaux de recherche, la NASA, et des partenaires privés comme Microsoft, Hewlett Packard, Google ou encore Amazon, afin de mettre en commun la puissance de seize supercalculateurs affichant une puissance cumulée de 429 pétaflop/s pour accélérer les recherches nécessaires à la mise au point d’un médicament. « *Ces systèmes vont permettre aux chercheurs de lancer un nombre très important de calculs dans les domaines de l’épidémiologie, de la bio-informatique et de la modélisation moléculaire. Ces recherches mettraient des mois à aboutir si elles étaient menées sur des ordinateurs*

traditionnels », expliquait dans un communiqué Dario Gil, directeur de IBM Research. Les chercheurs soumettent, *via* le site web xsede.org, des propositions de recherche afin qu’elles soient examinées par un groupe d’experts qui les font correspondre aux ressources informatiques d’un ou plusieurs membres du consortium. 46 projets étaient en cours à la mi-mai 2020. Dès mars 2020, des chercheurs du laboratoire national d’Oak Ridge dans le Tennessee, aux États-Unis, ont utilisé le supercalculateur le plus puissant au monde, le Summit d’IBM, pour simuler le comportement de quelque 8 000 molécules. Ils en ont ainsi identifiées 77 comme potentiellement compatibles avec l’élaboration d’un futur médicament contre le virus.

En Europe, le Partenariat pour le calcul avancé en Europe (Prace) a lancé, le 24 mars 2020, un appel à propositions en regroupant les supercalculateurs d’Allemagne, de France, d’Italie, d’Espagne et de Suisse, totalisant une puissance cumulée de 150 pétaflop/s. À travers le Grand Équipement national de calcul intensif (GENCI) – société civile détenue par l’État, le Comité d’énergie atomique (CEA), le Centre national de la recherche scientifique (CNRS), la Conférence des présidents d’université et l’Inria (Institut national de recherche en sciences et technologies du numérique) –, la France a mis à la disposition du consortium européen ses trois supercalculateurs : Joliot-Curie, du Très Grand Centre de calcul du CEA (TGCC); Jean Zay, de l’Institut du développement et des ressources en informatique scientifique (IDRIS) du CNRS et Occigen, du Centre informatique national de l’enseignement supérieur (CINES) (voir *La rem* n°52 p.31).

[La course à la plus grande puissance de calcul ne passe pas exclusivement par l’utilisation de supercalculateurs.](#) En atteste le projet de calcul distribué, utilisant une constellation d’ordinateurs reliés *via* l’internet, Folding@home (FAH or F@h), pour simuler des protéines impliquées dans la maladie d’Alzheimer, la drépanocytose et certains types de cancers. Créé en octobre 2000 par Vijay Pande, de l’université Stanford en Californie, Folding@home « *rassemble des citoyens scientifiques qui se portent volontaires pour effectuer des simulations de la dynamique de protéines sur leur ordinateur personnel. Les données ainsi obtenues aident les*

scientifiques à mieux comprendre la biologie et offrent de nouvelles possibilités pour le développement de thérapies ». Quiconque souhaite participer au projet doit télécharger sur son ordinateur personnel un logiciel qui en utilisera le processeur ou la carte graphique, dès lors qu'ils ne sont pas sollicités, pour réaliser des calculs en arrière-plan. Le projet Folding@home est développé par le Pande Lab, une structure pluridisciplinaire à but non lucratif émanant du département de chimie de l'université Stanford, qui garantit la mise à disposition des résultats des calculs aux chercheurs et aux scientifiques du monde entier ; il est dorénavant installé au sein de l'école de médecine de l'université de Washington, aux États-Unis. L'analyse des données distribuée sur des milliers d'ordinateurs bénéficie d'une puissance de calcul supérieure aux supercalculateurs les plus puissants au monde.

Depuis février 2020, le projet Folding@Home a concentré ses efforts sur le coronavirus. Bénéficiant d'une forte mobilisation, que ce soit de la part de particuliers mais aussi d'universités ou d'acteurs privés, répartis partout dans le monde, le projet a annoncé le 25 mars 2020 avoir dépassé le seuil symbolique de l'exaFLOP, devenant ainsi plus rapide que les

sept premiers superordinateurs du monde cumulés (Voir *La rem* n°45, p.16). Trois semaines plus tard, le 14 avril 2020, les instigateurs du projet ont fait état d'une puissance de calcul de 2,4 exaFLOP, ce qui équivaut à la puissance cumulée des 500 superordinateurs les plus puissants au monde.

La lutte contre la Covid-19 illustre à quel point le calcul intensif est devenu un enjeu majeur de souveraineté d'un pays. [La recherche dans le domaine de la santé nécessite une telle puissance de calcul qu'elle montre aussi combien le modèle du calcul distribué dépasse de très loin les capacités théoriques d'un seul pays et de ses quelques machines.](#)

J-A FS

Sources :

- « Doit-on dire "le" ou "la" Covid-19? », Emma Donada, liberation.fr, 19 mars 2020.
- « Coronavirus : IBM met ses supercalculateurs à la disposition des chercheurs », Chloé Woitier, lefigaro.fr, 23 mars 2020.
- « Coronavirus : l'initiative Folding@home surpasse les supercalculateurs », Guerric Poncet, lepoint.fr, 27 mars 2020.
- « Le supercalculateur Jean ZAY en action contre le coronavirus », CNRS, cnrs.fr, 10 avril 2020.

La 5G et l'IA stimulent la demande de brevets européens

« *La révolution numérique que connaît l'économie se reflète aujourd'hui pleinement dans les demandes de brevets qui parviennent à l'OEB* », constate António Campinos, président de l'Office européen des brevets. Le nombre de demandes de brevets européens a augmenté de 4% en 2019, atteignant 181 400 tous secteurs confondus.

En 2019, les technologies numériques représentent la plus forte demande, phénomène inédit depuis plus de dix ans. Avec 14 175 demandes (+ 19,6% par rapport à 2018), le secteur de la communication numérique dépasse celui des technologies médicales (13 833 demandes, +0,9%) dont la progression était dominante depuis 2006.

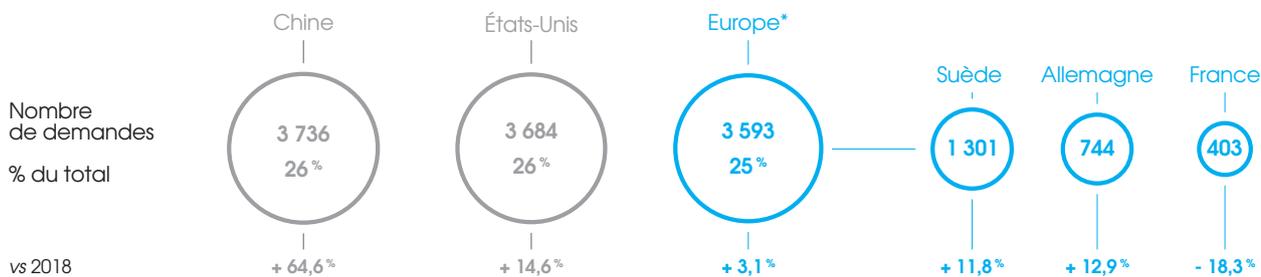
Deux domaines d'activité en particulier s'illustrent par une forte croissance : [la transmission d'informations numériques \(+ 10%\)](#) et [les réseaux de communication sans fil \(+ 30%\)](#).

Le secteur de l'informatique engendre également la croissance de la demande de brevets européens, avec 12 774 demandes (+ 10,2% par rapport à 2018), dans trois domaines d'activité en forte augmentation :

l'apprentissage machine et la reconnaissance de formes (+ 29%), l'analyse et la génération de données d'images (+ 11%) et l'extraction de données (+ 4%).

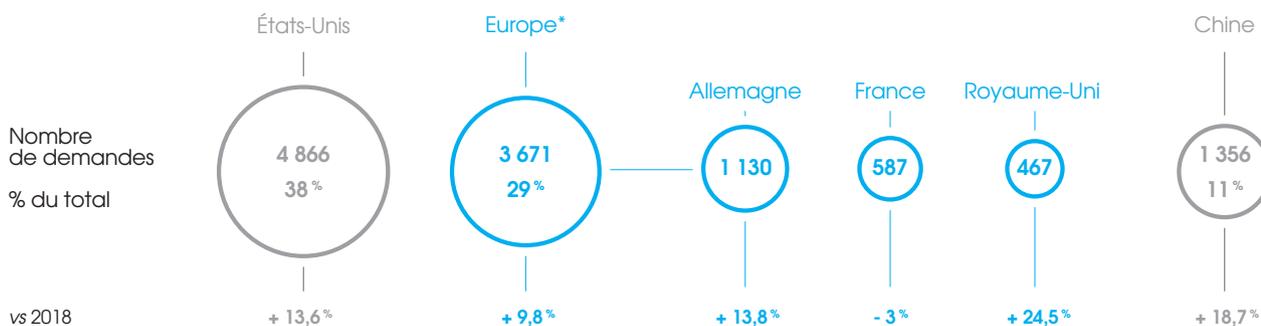
Communication numérique

Origine des demandes de brevets européens en 2019



Informatique

Origine des demandes de brevets européens en 2019



* 38 pays membres de l'OEB.

Source : d'après OEB. ©la-rem.eu

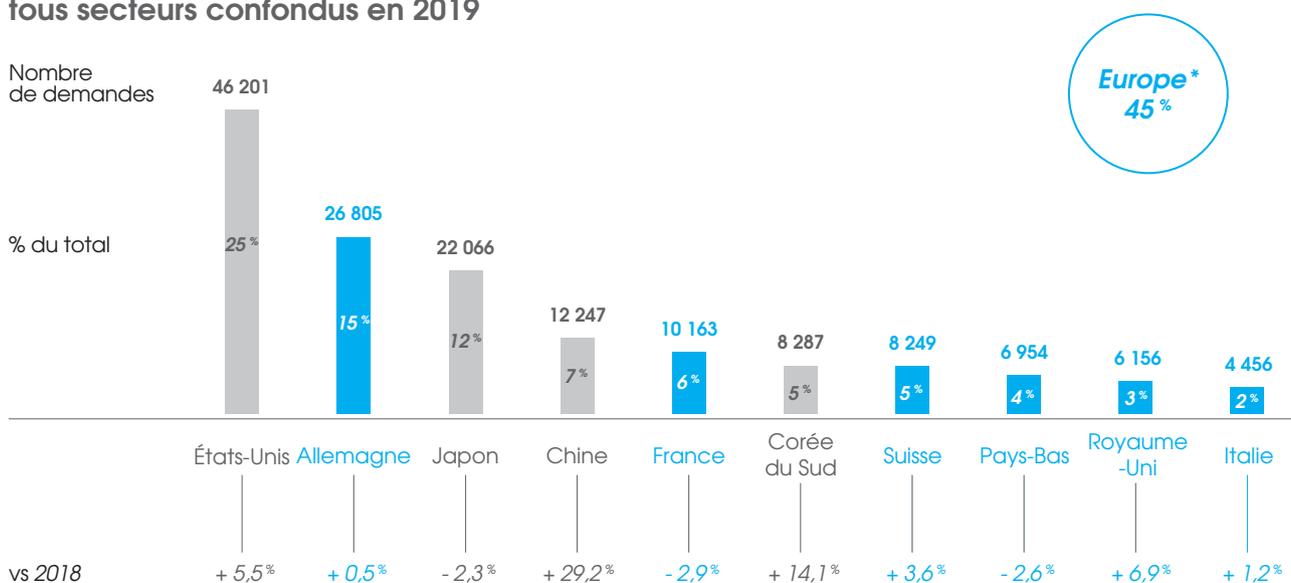
Tous secteurs confondus, trois pays sont à l'origine de la hausse du volume des demandes de brevets européens en 2019 : la Chine, les États-Unis et la Corée du Sud. Passant de 2 061 en 2010 à 12 247 en 2019, le nombre de demandes déposées a été multiplié par six en moins de dix ans. Le groupe chinois Huawei est le premier demandeur de brevets en Europe avec 3 524 demandes en 2019.

Le premier demandeur français est le CEA (Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives),

avec 597 demandes. L'Île-de-France concentre les deux-tiers des demandes de brevets de la France, elle est ainsi la deuxième région la plus innovante d'Europe, après la Bavière.

Pour l'ensemble des pays européens, les demandes de brevets émanent principalement des grandes entreprises, soit 72 %, contre 19 % pour les PME et les particuliers, alors que les universités et les organismes publics de recherche n'en représentent que 10 %.

Top 10 par le nombre de demandes de brevets européens tous secteurs confondus en 2019



* 38 pays membres de l'OEB.

Source : d'après OEB. ©la-rem.eu

FL

Source :

- Patent Index 2019, Office européen des brevets (OEB), epo.org, 12 mars 2020.

Google inaugure Dunant en France, son second grand câble sous-marin détenu en propre

Bien loin des nuages, au fond des océans, 1,3 million de kilomètres de câbles sous-marins de télécommunications constituent l'épine dorsale des communications électroniques mondiales. Selon Tim Stronge, vice-président du centre de recherche Telegeography, « environ 99 % des communications intercontinentales sont assurées par quelque 430 câbles sous-marins ». Jusqu'alors essentiellement propriété des opérateurs de télécommunications, un deuxième câble sous-marin détenu en propre par Google va être inauguré en France.

Le TAT-1 (Transatlantic Telephone Cable System) a été le premier câble sous-marin téléphonique, mis en service entre l'Écosse et le Canada en septembre 1956. Il faudra attendre 1988, avec le TAT-8, pour voir apparaître le premier câble sous-marin numérique constitué de paires de fibres optiques reliant la France et le Royaume-Uni aux États-Unis. Le câble transatlantique le plus récemment posé en France, le TAT-14, date de 2001 et relie les Pays-Bas, l'Allemagne et le Danemark avec la côte est des États-Unis. Prévu pour le troisième trimestre 2020, le câble transatlantique Dunant, nommé en hommage à Henry Dunant, fondateur de la Croix-Rouge, reliera Virginia Beach, sur la côte est des États-Unis, et Saint-Hilaire-de-Riez, une commune proche des Sables-d'Olonne, en France.

Si encore récemment les câbles sous-marins étaient essentiellement financés par des consortiums d'opérateurs de télécommunications, le câble Dunant est entièrement détenu par Google. En septembre 2017, le câble sous-marin Marea (qui signifie « marée » en espagnol) relie, à travers huit paires de fibres optiques, Bilbao en Espagne et Virginia Beach aux États-Unis,

avec un débit maximal de 160 Tbit/s. Il a été financé pour moitié par Telxius, filiale de l'opérateur de télécommunications espagnol Telefónica et pour l'autre moitié par Microsoft et Facebook. En novembre 2019, Google avait déjà inauguré son premier grand câble sous-marin, en détenant l'entière propriété, entre les États-Unis et le Chili. Si les fournisseurs de contenus et d'applications cherchent à raccourcir la distance qui les sépare du terminal des utilisateurs (voir *La rem* n°53, p.23), ils avancent également leurs pions au cœur même de l'infrastructure mondiale du réseau internet.

Le câble Dunant, dont la vitesse de transmission moyenne atteindra 250 Tbit/s, répartie en douze paires de fibres optiques d'un débit maximum de 30 Tbit/s chacune, sera le câble sous-marin le plus puissant au monde et concentrera à lui seul « les trois quarts de la capacité disponible sur le réseau subatlantique » explique Jean-Luc Vuillemin, directeur des réseaux internationaux chez Orange, l'opérateur de télécommunications avec lequel s'est associé Google pour sa mise en service.

Orange disposera en effet de deux paires de fibres optiques sur le câble Dunant et participera activement au raccordement sur le territoire national. L'opérateur de télécommunications a entièrement réhabilité la station d'atterrissage de Saint-Hilaire-de-Riez, construite en 1965, pour accueillir plusieurs câbles transatlantiques en provenance des États-Unis; le dernier ayant été utilisé jusqu'en 2016. Orange s'est également associé à l'espagnol Telxius qui disposera d'une paire de fibres optiques sur le câble Dunant et qui donnera accès à l'opérateur français aux liaisons en fibre optique qu'il détient aux États-Unis.

Les câbles sous-marins sont à la fois l'épine dorsale de l'internet et la clé de voûte des capacités de surveillance de l'agence de sécurité américaine, la NSA, ainsi que du service de renseignement électronique du gouvernement du Royaume-Uni, le GHQ, comme de leurs partenaires. En 2012, Edward Snowden révélait comment la NSA avait ciblé quelque 200 câbles sous-marins afin de procéder à une surveillance massive des communications électroniques dans le monde. Si l'accointance entre les opérateurs de télécommunications et les services de

renseignement de leurs pays respectifs est bien connue, l'apparition de nouveaux acteurs privés comme Google ou encore Facebook et Microsoft renforce la mainmise américaine sur l'infrastructure technique de l'internet dont 80% des flux de données passent déjà par les États-Unis.

J-A F S

Sources :

- Câble Marea, [fr.wikipedia.org/wiki/Marea_\(câble\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Marea_(câble)).
- « Les câbles sous-marins, clé de voûte de la cybersurveillance », Maxime Vaudano, lemonde.fr, 23 août 2013.
- « Les câbles sous-marins, autoroutes vitales de l'Internet mondial », Pierre Manière, latribune.fr, 24 novembre 2017.
- « Le Dessous des cartes - Câbles sous-marins : la guerre invisible », Pierre-Olivier François, arte.tv/fr, 2018.
- « Comment Dunant, le câble Internet sous-marin de Google, va accélérer le Web français », Marine Benoit, sciencesetavenir.fr, 27 juin 2019.
- « Câbles sous-marins : Orange et Telxius s'associent » Pierre Manière, latribune.fr, 18 février 2020.
- « Orange annonce l'atterrissage du câble sous-marin Dunant en Vendée », communiqué de presse Orange, orange.com/fr, 13 mars 2020.
- « L'ultra-puissant câble sous-marin Dunant est arrivé en Vendée », Pierre Manière, latribune.fr, 13 mars 2020.

ÉCONOMIE

Covid-19. Les chiffres du marché publicitaire des grands médias

Huit semaines de confinement ont provoqué un effondrement.

Volumes publicitaires : la semaine du déconfinement (11 mai 2020) comparée à la semaine précédant le confinement (9 mars 2020)

Presse
(pagination publicitaire)

- 72 %

Télévision
(durée publicitaire)

- 63 %

Radio
(durée publicitaire)

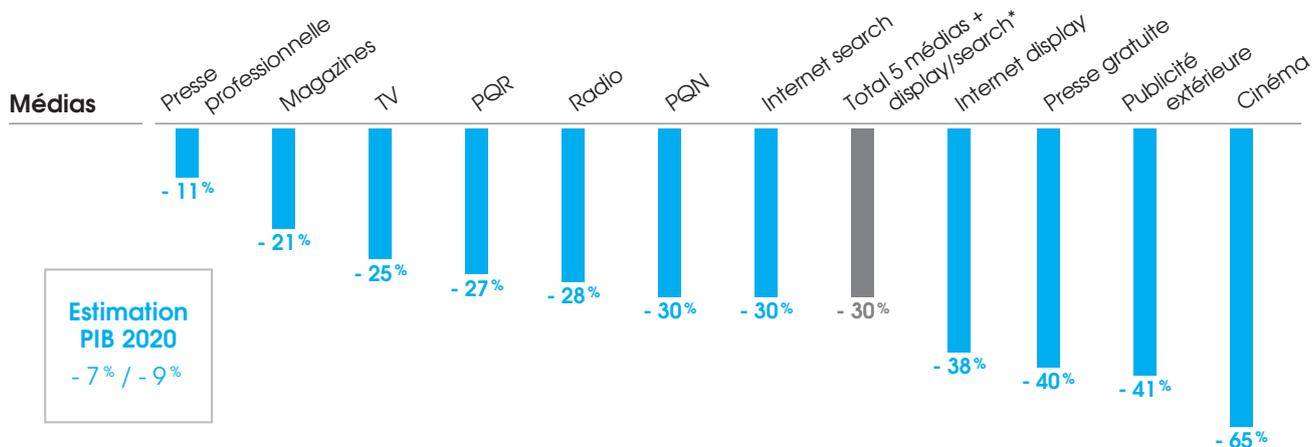
- 41 %

Réseaux sociaux mobiles
(posts sponsorisés)

- 4 %

Source : d'après Kantar. ©la-rem.eu

Investissements des annonceurs en mars 2020 vs février 2020



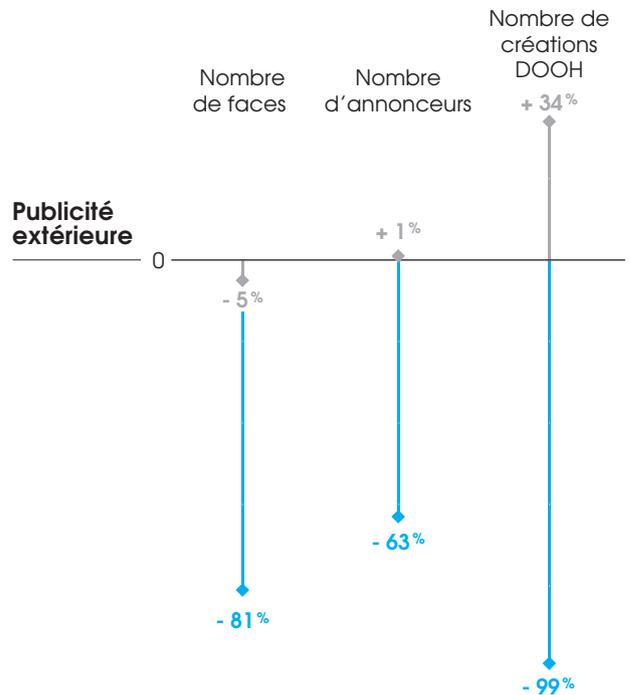
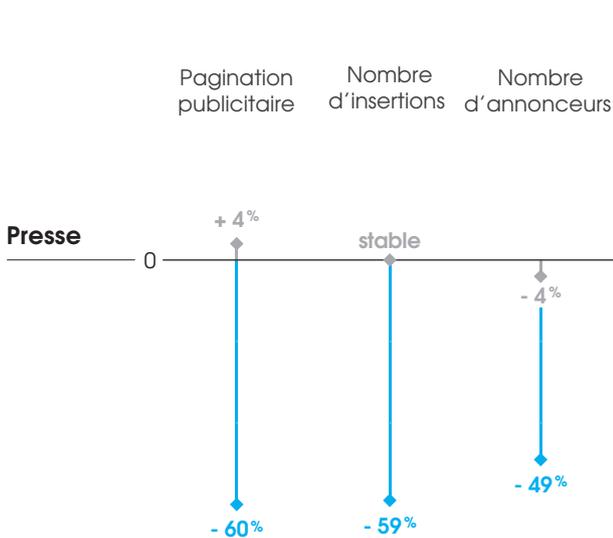
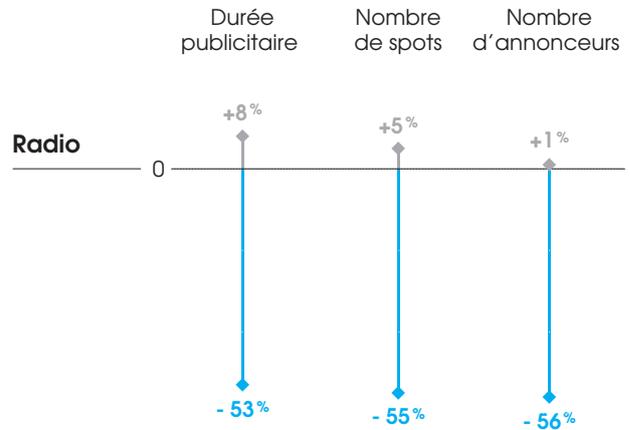
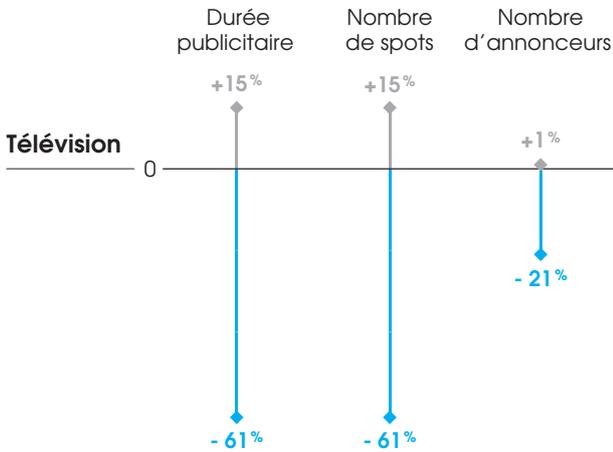
Source : d'après FrancePub. ©la-rem.eu

Volumes publicitaires : la période de confinement comparée aux deux années précédentes

Évolution de la semaine :

◆ 16 mars au 17 mai 2020 vs 18 mars au 19 mai 2019

◆ 18 mars au 19 mai 2019 vs 19 mars au 20 mai 2018



DOOH (Digital Out-of-Home) : affichage sur écran

Source : d'après Kantar. ©la-rem.eu

Selon l'IREP (Institut de recherches et d'études publicitaires), le montant des recettes publicitaires nettes* des médias – télévision, cinéma, radio, presse, publicité extérieure, courrier publicitaire, imprimés sans adresse, numérique inclus – est de **1,704 milliard d'euros** au premier trimestre 2020, en diminution de -12,6% par rapport au premier trimestre 2019 (-1,3% T1 2019 vs T1 2018).

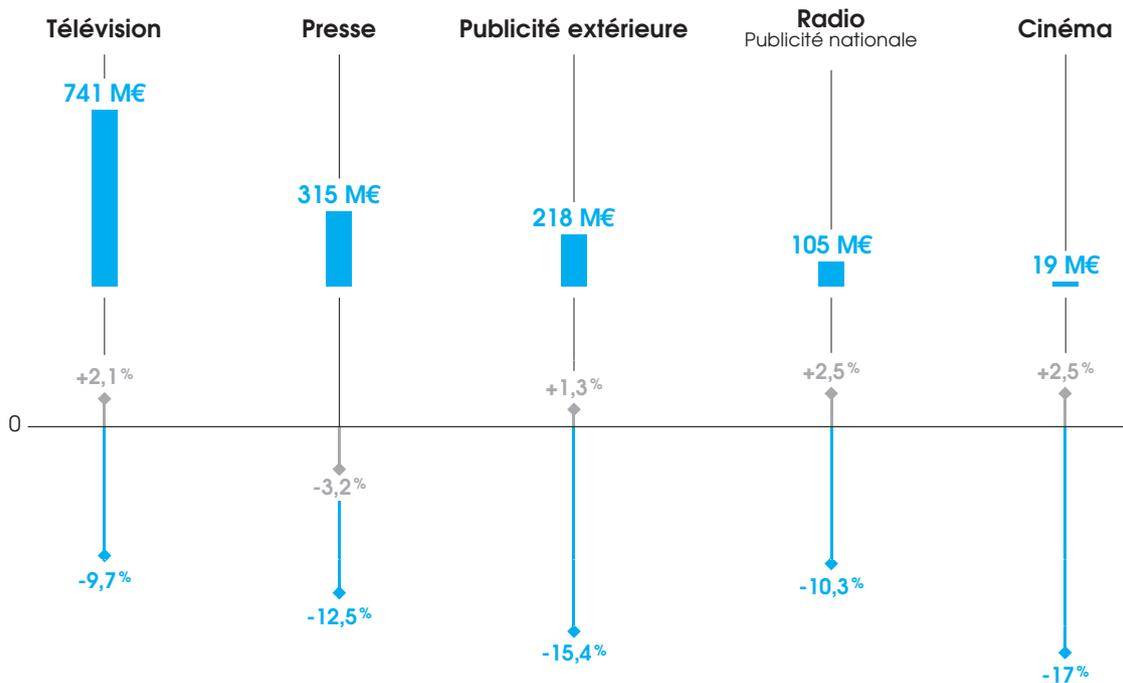
Quant aux **recettes publicitaires nettes du numérique**** pour la télévision, la presse et la radio, elles représentent **91 millions d'euros**, en progression de +1,9% par rapport au premier trimestre 2019 (+4,7% T1 2019 vs T1 2018).

Recul des recettes publicitaires* des grands médias au 1^{er} trimestre 2020

Évolution au 1^{er} trimestre :

◆ 2020 vs 2019

◆ 2019 vs 2018



Source : d'après IREP ©la-rem.eu

FL

* Ces recettes hors taxes s'entendent nettes, c'est-à-dire après déduction des remises professionnelles, hors échanges marchandises, petites annonces incluses pour la presse. Recettes numériques incluses.

** Extension numérique de la marque média (tous formats, toutes commercialisations regroupées) en excluant toute diversification 100 % numérique.

Sources :

- Marché de la publicité et de la communication 1^{er} trimestre 2020, 1^{er} impact du Covid-19, Prévisions 2020, Baromètre Bump – Kantar, Irep et France Pub, irep.asso.fr, 15 mai 2020.
- Bilan de l'impact Covid-19 sur le marché publicitaire, de la période de confinement aux 1^{er} semaines de déconfinement, Kantar, 28 mai 2020.

Covid-19. Disney+ lancé en Europe, les chiffres de la SVOD s'envolent

Lancé en Europe, Disney accumule les abonnés. Netflix s'envole également, profitant de la crise sanitaire. Pour les nouveaux venus, la crise complique l'équation.

Lancé le 12 novembre 2019 aux États-Unis, Disney+, le service de streaming vidéo sur abonnement de Disney, a connu un succès fulgurant outre-Atlantique (voir *La rem* n°53, p.67). Le service comptait 10 millions d'inscrits en 48 heures et ces derniers sont restés fidèles puisque le groupe annonçait, pour ses résultats du premier trimestre publiés début février 2020, avoir franchi la barre des 20 millions d'abonnés. Avec la crise sanitaire, le nombre d'abonnés progresse désormais encore plus vite, même si ces performances devront demain être relativisées. Nombreux sont ceux qui, de retour au travail, n'auront plus le temps et l'envie de passer leurs journées devant un écran de télévision. Reste que **Disney a annoncé, début avril 2020, avoir franchi le cap des 50 millions d'abonnés payants**. Le groupe aura donc réuni en cinq mois autant d'abonnés que Netflix en sept ans.

Entre-temps, Disney+ a commencé son internationalisation. À son lancement le 12 novembre 2019, le service était proposé seulement aux États-Unis, au Canada et aux Pays-Bas, rejoints fin novembre par l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Début avril 2020, le service était disponible dans 14 pays, dont sept nouveaux pays européens, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Irlande, l'Espagne, l'Italie, l'Autriche et la Suisse où Disney+ a été lancé le 24 mars 2020, ainsi que l'Inde où le service a été lancé par la filiale Hotstar, le 3 avril. **En France, il aura fallu attendre le 7 avril 2020, le lancement ayant dû être reporté à la demande du gouvernement**. L'internationalisation de Disney+ reste donc encore aujourd'hui limitée, ce qui explique le potentiel de croissance du parc d'abonnés.

À chaque fois, les ingrédients du succès sont identiques : un catalogue important de franchises, quelques nouveaux programmes à fort pouvoir d'attraction, comme la série *Star Wars: The Mandalorian*, et un prix parmi les plus bas du marché, à 6,99 euros par mois. Seule change la stratégie de commercialisation, chaque pays étant traité séparément. En effet, Disney+ est systématiquement proposé sous forme de service over the top (OTT), l'offre étant disponible en accès direct sur le site ou l'application de Disney, ainsi qu'en partenariat avec des distributeurs, une modalité de distribution qui oblige Disney à partager les revenus des abonnements. Aux États-Unis, c'est Verizon qui a l'exclusivité de la distribution du service auprès de ses abonnés alors qu'en Europe, ce sont les opérateurs qui distribuent le service. En France, en revanche, Disney a préféré s'accorder avec Canal+ qui est le distributeur exclusif du service.

Cette particularité française explique en partie le report du lancement de Disney+ au 7 avril 2020, alors que ce dernier était prévu le 24 mars en même temps que les autres pays européens concernés. **En effet, en plein confinement, les opérateurs français de télécommunications se sont inquiétés des risques de saturation de leur réseau et ont obtenu un report, le temps de s'organiser**. Ce report s'est donc fait au détriment du distributeur du service, le Groupe Canal+ (voir *La rem* n°53, p.39). Avant le 24 mars, ce dernier ne s'était en effet pas accordé avec les opérateurs pour la distribution de Disney+, Canal+ réclamant plus de 100 millions d'euros à chaque opérateur sur la période 2020-2024, pour laquelle il détient l'exclusivité de commercialisation du service de streaming. Avec le report, les opérateurs ont donc créé un rapport de force plus favorable face à Canal+. Certes Canal+ aurait payé, selon *Les Echos*, quelque 250 millions d'euros pour cette exclusivité de cinq ans qui porte également sur l'accès aux films Disney pour la chaîne cryptée. Le groupe doit donc rentabiliser son investissement, même s'il doit dans un premier temps freiner la distribution de Disney+ par tiers en France. Reste que Canal+ a largement popularisé l'offre du géant américain : il a diffusé le premier épisode de *The Madalorian* sur la chaîne Canal+ et a mis à disposition Disney+ auprès de la très grande majorité de ses abonnés, et

ce sans surcoût. Au bout d'un an, seuls certains abonnés premium conserveront l'accès à Disney+ sans supplément.

La tâche restera toutefois difficile pour Disney, aux États-Unis comme en Europe. En effet, il faudra que le groupe parvienne à conserver ses abonnés face à une concurrence toujours plus nombreuse et dont les avantages restent intacts. Ainsi [Netflix, profitant du confinement presque planétaire, a-t-il communiqué des chiffres exceptionnels pour le premier trimestre 2020 avec 15,8 millions d'utilisateurs supplémentaires, un chiffre deux fois supérieur aux prévisions, ce qui porte son nombre total d'abonnés 182,9 millions.](#) En France, il s'est même offert le luxe de supprimer la période d'essai d'un mois de son service depuis février 2020, avant même l'arrivée de Disney+, un moyen donc d'éviter un butinage opportuniste des foyers entre Netflix et Disney+ à partir de mars 2020. En Amérique du Nord, le service a également progressé, avec 2,3 millions de nouveaux abonnés aux États-Unis et au Canada, des territoires où la concurrence entre géants de la SVOD est désormais féroce. Sur ces marchés, Netflix et Disney ont un immense avantage : leur catalogue de contenus est déjà bien fourni, de quoi retenir [les abonnés qui seront confrontés rapidement à un assèchement de l'offre de nouveaux programmes du fait du gel de la grande majorité des tournages dans le cadre de la crise sanitaire.](#)

À titre d'exemple, [le lancement de Peacock aux États-Unis rappelle la dimension stratégique de l'accès aux programmes.](#) Ce service de SVOD de NBCUniversal, propriété du groupe Comcast, a été lancé le 15 avril 2020 aux États-Unis auprès des seuls abonnés de l'opérateur. Il propose certes un catalogue gigantesque mais il ne dispose de presque aucune série originale pour son lancement, leur production étant interrompue. Il ne pourra pas non plus s'appuyer sur la retransmission d'une partie des épreuves des Jeux olympiques de Pékin, reportés en 2021, un événement que Comcast comptait utiliser pour le lancement général de Peacock le 15 juillet 2020. Son seul avantage compétitif face à Disney+ et Netflix sera son prix. En effet, [Peacock compte parmi les quelques services de SVOD qui proposent des offres financées en partie ou en totalité par la](#)

[publicité.](#) Trois formules sont proposées dont une gratuite avec financement publicitaire total, le catalogue étant dans ce cas limité pour cette offre d'AVOD (*Advertising VOD*), une deuxième à 4,99 dollars par mois avec publicité mais un catalogue plus étoffé, enfin une offre classique à 9,99 dollars par mois où l'ensemble du catalogue est accessible sans publicité. Certes, [le marché publicitaire s'est effondré avec la crise sanitaire, mais l'AVOD devrait être un des vecteurs de sa reprise](#) car elle autorise un ciblage des foyers pour les annonceurs.

Ce modèle est aussi celui retenu par Hulu aux États-Unis, désormais contrôlé par Disney (voir *La rem* n°53, p.67). Le service dont la cible est plutôt CSP+ est proposé à 5,99 dollars par mois avec publicité et 11,99 dollars sans publicité. Présent aux États-Unis et au Japon, avec en tout 30,7 millions d'abonnés, Hulu devrait être déployé à l'international en 2021. Comme Disney+, il atteste de la volonté de Disney de changer en profondeur son modèle d'affaires qui, de B to B (*business to business*) avec la vente de ses programmes aux chaînes, se déporte vers le B to C (*business to consumer*) avec la commercialisation de ses offres directement auprès des utilisateurs de ses services. De ce point de vue, l'AVOD reste une exception où la relation aux annonceurs sera décisive. Pour son lancement, Peacock avait sécurisé dix annonceurs importants malgré la crise sanitaire. Cette dernière, en appauvrissant les foyers, favorisera d'ailleurs demain le recours à l'AVOD. La gratuité sera une alternative pour certains quand elle est pour l'instant d'abord mobilisée comme argument marketing afin de recruter des abonnés. Après les périodes d'essai offertes, certains ont ainsi adapté leur stratégie en réponse à la crise sanitaire. Alors que HBO s'apprête à lancer HBO Max le 27 mai 2020, à 14,99 dollars par mois, un tarif élevé, le groupe donne de la visibilité à son catalogue aux États-Unis en mettant gratuitement à disposition, certes de manière temporaire, certaines de ses séries plus connues comme *The Soprano* ou encore *The Wire*. Quant à Quibi, le service de SVOD pour smartphone imaginé par Jeff Katzenberg, il a été lancé comme prévu aux États-Unis, le 6 avril 2020, mais avec une période d'essai allongée de deux semaines à trois mois. Imaginé pour les transports en commun et les files

d'attente, il faudra que le déconfinement des Américains soit révolu pour en tester véritablement la pertinence.

AJ

Sources :

- « Carton plein pour le service de streaming de Disney », Anaïs Moutot, *Les Echos*, 6 février 2020.
- « Réussir la transition vers la sVoD, le défi du nouveau parton de Disney », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 27 février 2020.
- « Comment le lancement de Disney+ est devenu une affaire d'État », Elsa Bembaron, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 23 mars 2020.
- « Pour les géants de la sVoD, le confinement n'est pas qu'une bénédiction », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 6 avril 2020.

- « La fusée Disney+ s'élance à la conquête de la France confinée », Caroline Sallé, Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 7 avril 2020.
- « Disney+ est enfin lancé en France », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 7 avril 2020.
- « Disney+ a franchi le cap des 50 millions d'abonnés payants », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 10 avril 2020.
- « NBCUniversal fait son entrée dans l'arène du streaming vidéo avec Peacock », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 16 avril 2020.
- « Avec Peacock, le "Netflix financé par la publicité" débarque aux États-Unis », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 16 avril 2020.
- « Dans un monde confiné, Netflix tire son épingle du jeu », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 23 avril 2020.
- « Record de nouveaux abonnés pour Netflix », Anaïs Moutot, *Les Echos*, 23 avril 2020.

Après *Nice-Matin*, Xavier Niel sauve *France-Antilles*. *Paris-Normandie* à son tour menacé

Condamnés à la disparition, les quotidiens réunis sous la marque France-Antilles seront ressuscités par Xavier Niel qui, après son très politique investissement dans *Nice-Matin*, se fait fort de sauver la presse locale en difficulté. Un de ses proches, Pierre-Antoine Capton, est pressenti pour sauver *Paris-Normandie*.

Du grand empire de presse de Robert Hersant, ne resteront que les titres sauvés par Xavier Niel. En effet, c'est le renoncement du Groupe Hersant Média à *La Provence* et à *Nice-Matin* qui conduira le quotidien niçois à se constituer en société

coopérative d'intérêt public - SCIC (voir *La rem* n°33, p.26), avec une promesse d'investissement non tenue du groupe belge Nethys. Pour être sauvé, *Nice-Matin* devait passer sous le contrôle d'Iskandar Safa qui perdra son pari après le rachat surprise de la participation de Nethys par Xavier Niel : il fallait éviter la droitisation du titre, Iskandar Safa possédant le très engagé *Valeurs actuelles* (voir *La rem* n° 52, p. 39).

Après le retrait des quotidiens régionaux du sud de la France, ne restait plus du Groupe Hersant Média que le pôle Antilles-Guyane, à savoir les trois quotidiens *France-Antilles* de Guadeloupe, Martinique et Guyane, auxquels s'ajoutent quelques magazines locaux et une radio. Menacé à son tour et placé en cessation de paiement (voir *La rem* n°42-43, p.34), il avait été repris en 2017 par la nièce de Robert Hersant, Aude Jacques-Ruettard qui, à travers AJR Participations, y a injecté quelque 8 millions d'euros. Depuis, elle en assumait également les pertes, le chiffre d'affaires de l'ensemble étant passé de 45 millions d'euros

en 2016 à 28 millions d'euros en 2018. Le groupe perdait cette année-là 6 millions d'euros. En juin 2019, la société Antilles Guyane Médias, qui édite *France-Antilles*, était placée en redressement judiciaire, le temps pour Aude Jacques-Ruettard, de trouver un repreneur ou des investisseurs.

Très vite, Octopus Network, le groupe de Bruno Blandin, président du Medef Guadeloupe, s'est mis sur les rangs. Mais son plan social important, avec 30 salariés conservés sur 236, ainsi que des conditions suspensives, ont rendu vaine la tentative de reprise. Le tribunal de commerce de Fort-de-France, qui a reporté à plusieurs reprises sa décision pour laisser à Aude Jacques-Ruettard le temps de trouver des financements, a dû finalement trancher le 30 janvier 2020. Il a prononcé la liquidation judiciaire du groupe, le projet déposé par AJR étant insuffisamment financé. Ce dernier proposait la reprise de 125 salariés, une édition papier trois fois par semaine à la Guadeloupe et en Martinique, une bascule sur le numérique en Guyane. L'impression devait se faire à la Guadeloupe y compris pour l'édition martiniquaise, acheminée en bateau puisque le journal ne devait sortir que tous les deux jours. Mais ce plan, estimé à 7,3 millions d'euros, n'était financé qu'à hauteur de 3 millions d'euros par des investisseurs locaux et 3 millions d'euros par des aides de l'État et des collectivités. [Pour 1,3 million d'euros, la Guyane, la Martinique et la Guadeloupe sont ainsi devenus les premiers départements de France à ne plus avoir de presse quotidienne régionale](#), la dernière édition des titres étant parue le 1^{er} février 2020. Le symbole est important et ses conséquences sont majeures: la presse locale, à côté de l'audiovisuel (La Première, chaîne du service public, ainsi que les chaînes et les radios privées), est un creuset de l'identité de ces territoires ultra-marins.

[C'est là qu'intervient de nouveau Xavier Niel](#). Contre toute attente, il annonce aux représentants du personnel, le 17 février 2020, son intention de faire une offre de reprise, ce qui conduit le tribunal de commerce à relancer artificiellement l'activité du groupe le même jour. L'offre de reprise de Xavier Niel est portée, comme pour *Nice-Matin*, par sa holding personnelle NJJ.

Xavier Niel s'engage à conserver 114 salariés. La Guadeloupe imprime là encore l'édition martiniquaise qui est acheminée en avion sur l'île sœur afin de garantir une publication quotidienne. En revanche, la pagination des titres est réduite. Le numérique doit être développé ainsi que l'événementiel local, une stratégie déjà déployée à *Nice-Matin*. Le tribunal de commerce prend acte et donne jusqu'au 21 février 2020 à Xavier Niel pour améliorer son offre. [Finalement, 126 salariés seront repris et Xavier Niel investira 4,5 millions d'euros dans le groupe, complétés par 3,5 millions d'euros de fonds publics](#). Le 1^{er} avril 2020, l'activité reprend avec une publication d'abord en ligne, la crise sanitaire et le confinement ne favorisant pas une reprise rapide des éditions imprimées.

[Les mêmes péripéties risquent de concerner également le titre *Paris-Normandie*](#). Ancien titre du Groupe Hersant Média, le titre avait fait partie des toutes premières cessions du groupe afin de réduire son endettement (voir *La rem* n°24, p.23). Repris par Xavier Hellie et Denis Huertas à la barre du tribunal de commerce du Havre en 2012, le titre sera de nouveau mis en redressement judiciaire le 1^{er} avril 2016 avant d'être cédé à Jean-Louis Louvel, un entrepreneur local, en avril 2017 (voir *La rem* n°42-43, p.37). Trois ans plus tard, le 16 avril 2020, la société éditrice du titre est mise en liquidation judiciaire par le tribunal de commerce de Rouen afin de bénéficier d'une période de continuation. Le journal doit en effet faire face à la baisse tendancielle de ses revenus que la crise sanitaire du Covid-19 a accentuée avec une chute massive des recettes publicitaires qui représentent 9 millions d'euros sur les 30 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel.

Cette mise en liquidation judiciaire signe l'échec de Jean-Louis Louvel qui s'était engagé à désendetter le titre en sept ans. Candidat à Rouen pour La République en Marche aux élections municipales de 2020, Jean-Louis Louvel avait par ailleurs cherché à se séparer du titre pour éviter les conflits d'intérêts. Pierre-Antoine Capton, proche de Xavier Niel avec qui il est associé dans Mediawan, avait manifesté son intérêt. La mise en liquidation pourrait le conduire à reformuler une offre. Le groupe belge Rossel, éconduit

en 2017 au profit de Xavier Ellie, pourrait lui aussi être intéressé afin d'élargir sa couverture dans le nord-ouest de la France.

AJ

Sources :

- « Le quotidien "France-Antilles" menacé de disparition », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 2 octobre 2019.
- « L'avenir de "France Antilles" se joue au tribunal de commerce », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 6 décembre 2019.

- « Le journal "France Antilles" condamné à disparaître », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 31 janvier 2020.
- « Xavier Niel à la rescousse de "France Antilles" », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 19 février 2020.
- « Presse : Xavier Niel, le nouveau "papivore" », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 5 mars 2020.
- « "France-Antilles" devrait se relancer en avril », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 19 mars 2020.
- « Le journal "Paris-Normandie" demande sa mise en liquidation », Claire Garnier, *Les Echos*, 20 avril 2020.

Libération devient le premier quotidien national à but non lucratif

Les salariés n'étaient pas prévenus : ils quittent le groupe Altice et vont écrire une nouvelle page du quotidien, premier titre national à passer sous le contrôle d'un fonds de dotation.

Donné en exemple, le *Guardian* est, depuis 1930, contrôlé par une fondation, le Scott Trust, qui en garantit son indépendance (voir *La rem* n°53, p.32). Cette particularité explique pourquoi le quotidien britannique défend encore la gratuité en ligne, seul moyen de garantir un véritable accès à une information de qualité pour le plus grand nombre. Ici, quelques-uns, par leurs dons militants, financent une information pour tous. Mais le but ultime des fondations reste bien la garantie de l'indépendance éditoriale. En France, la Fondation Varenne, créée en 1989, a ainsi permis de préserver le Groupe Centre France de toute velléité de rachat ou de prise de contrôle par des actionnaires extérieurs, un risque toujours possible pour un groupe familial confronté à intervalles réguliers à l'enjeu des successions. En 2019, c'est l'indépendance revendiquée

face aux actionnaires qui a conduit Mediapart à abandonner son statut d'entreprise privée pour passer sous le contrôle d'un fonds de dotation afin de devenir une entreprise à but non lucratif (voir *La rem* n°53, p.31). Finalement, c'est au tour de *Libération* de franchir ce pas.

Le 14 mai 2020, les salariés de *Libération* ont en effet appris qu'ils quittaient le groupe Altice pour passer sous le contrôle d'un fonds à but non lucratif. Patrick Drahi, propriétaire d'Altice, conservait encore le quotidien national alors qu'il avait entrepris de se désengager de la presse depuis 2017 (voir *La rem* n°42-43, p.37). Finalement, *Libération* ne sera pas vendu, à l'inverse de *L'Express* qui a été cédé à Alain Weil, par ailleurs PDG d'Altice France (voir *La rem* n°52, p.39). Le journal, la régie et la société éditrice vont être rachetés par un « fonds de dotation pour une presse indépendante », créé pour l'occasion. Patrick Drahi s'est engagé à épurer les dettes du journal, près de 50 millions d'euros, et à abonder le fonds afin que le titre soit en mesure d'investir dans son développement. Il faudra pour cela que *Libération* dégage des bénéfices, le titre ayant perdu 8,9 millions d'euros en 2018 pour un chiffre d'affaires de 35 millions. Pour ce faire, *Libération* peut compter sur la hausse de sa diffusion, en hausse de 6% en 2019 selon l'APCM (Alliance pour les chiffres de la presse et des médias). Mais le quotidien devra également

investir dans son offre éditoriale et attirer de nouveaux mécènes pour alimenter le fonds qui va le contrôler. *Libération* devance ainsi *Le Monde* qui, sous l'impulsion de Xavier Niel, devrait aussi passer sous le contrôle d'une fondation (voir *La rem* n°52, p.43).

AJ

Menacée au Royaume-Uni, la BBC s'impose sur internet et à l'international

Dénonciation de la redevance, démission de son directeur général, hostilité du Premier ministre, économies imposées, mais succès de l'iPlayer et de BBC Studios : l'audiovisuel britannique traverse une période délicate.

Le Brexit pourrait coûter cher à la BBC. En polarisant la société britannique, il a fragilisé le respect que chacun, outre-Manche, portait à l'institution audiovisuelle publique. Nombreux sont les Britanniques à lui reprocher son partisanisme dans la campagne électorale de l'automne 2019 qui a confirmé le choix en faveur du Brexit et conduit Boris Johnson au pouvoir. Un sondage YouGov de décembre 2019 indiquait que **20% des Britanniques pensent que les journalistes de la BBC ne disent pas la vérité**. Les *fake news* seraient donc le fait des médias publics que les Britanniques financent, la redevance s'élevant à 178 euros au Royaume-Uni. Elles sont aussi, et bien plus certainement, le fait des États propagandistes, ce que Sir David Clementi, président de la BBC, a rappelé pour mieux défendre l'institution publique : ses concurrents étant selon lui « *les médias d'État russes et chinois* », la BBC s'érigeant face à eux en rempart de « *l'information libre et juste* ». Malheureusement, le Premier ministre britannique

Sources :

- « "Libération" » transféré à une fondation », Yann Duvert, Nicolas Madelaine, Marina Alcaraz, *Les Echos*, 15 mai 2020.
- « "Libération" sort du giron d'Altice », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 15 mai 2020.

pourrait s'ajouter à cette liste puisqu'il a publiquement considéré que la BBC manquait d'objectivité, à son égard évidemment.

Cette justesse dans l'information est bien celle que les médias propagandistes, qu'ils soient étrangers ou locaux, cherchent à contrer afin de toujours mieux discréditer le filtre que les journalistes appliquent aux messages partisans pour ne les communiquer qu'une fois contextualisés. Ce filtre pose assurément un problème aux **conservateurs britanniques au pouvoir qui, pour certains, souhaitent le démantèlement pur et simple de la BBC**. Le 5 février 2020, le ministre britannique de la culture et des médias a publiquement annoncé que le gouvernement envisageait de supprimer la redevance en 2027 à l'occasion du renouvellement de la charte qui la lie au gouvernement. La BBC serait alors financée par un abonnement pour ceux qui voudront bien y souscrire : le service public audiovisuel deviendrait une option parmi d'autres, à côté de Netflix ou d'Amazon Prime. **Si la redevance n'est pas encore supprimée, son rendement est en revanche menacé**. À partir de juin 2020, les plus de 75 ans en seront dispensés. Mais les autres Britanniques pourraient également s'en dispenser à bon compte si le projet de décriminalisation du non-paiement de la redevance, porté par l'actuel gouvernement, finit par aboutir. Actuellement, les Britanniques qui ne payent pas la redevance risquent une amende de 1 200 livres et une peine d'emprisonnement, ce qui est relativement dissuasif. Or, depuis février 2020, une consultation publique

prévue jusqu'à l'été est organisée sur le projet de dépénalisation. Les fervents soutiens de la BBC devront se mobiliser pour éviter le pire, la perte estimée des revenus de la redevance pour non-paiement étant de 200 millions de livres. S'ajoute une dernière menace à courte échéance, à savoir l'obligation de revoir, dès 2022, la chartre signée entre le gouvernement et la BBC en 2017, soit à mi-parcours (2017-2027). C'est cet examen à venir qui a conduit Tony Hall, l'actuel directeur général de la BBC, à annoncer sa démission pour l'été 2020 afin que son successeur soit suffisamment tôt en poste pour gérer cette échéance.

Ces menaces ne sont pas sans conséquences sur les activités du groupe audiovisuel britannique, la redevance représentant 3,7 milliards de livres sur un budget total de 5 milliards de livres. En effet, [la BBC sait qu'elle doit impérativement rajeunir son audience pour justifier demain le paiement de la redevance par tous les Britanniques](#). C'est pourquoi, sa division BBC News fait l'objet d'un repositionnement stratégique. Elle doit procéder à des économies, ce qui s'est traduit par un plan social en janvier 2020 qui a supprimé 450 postes dans les rédactions (7,5% de l'effectif) et par une réorganisation qui mutualise les rédactions des émissions afin de produire de l'information avec des effectifs plus limités. Les marges de manœuvre ainsi dégagées doivent être dédiées au renforcement de l'offre numérique. Concrètement, cela signifie aussi que [l'offre d'informations sur la télévision linéaire va diminuer](#). Voilà donc que certains propos dérangeants pour les conservateurs britanniques ne seront plus tenus sur les antennes de la BBC, [non parce que la censure a opéré – ce qui aurait immanquablement soulevé des oppositions mais parce que la contrainte économique est bien plus efficace en démocratie](#).

Pourtant, [la BBC est aussi un modèle de performance, cette fois-ci sur internet et dans la production audiovisuelle](#). Elle s'impose comme la seule alternative solide face aux services de SVOD américains qui prospèrent au Royaume-Uni et sapent les audiences de la télévision en clair, ainsi que les perspectives de la télévision payante dominée par BSkyB. En effet, la BBC a très tôt lancé une offre de programmes à la demande, avec

son service iPlayer, mis en ligne dès 2007, qui a rencontré un véritable succès (voir *La rem* n°46-47, p.43). Grâce à ses programmes en replay, l'iPlayer est une offre gratuite en ligne qui s'assimile de plus en plus à une plateforme de vidéo à la demande. En effet, en août 2019, la BBC a obtenu de l'Ofcom, l'autorité britannique de régulation des médias, [le droit de laisser ses séries accessibles en replay pendant un an après leur diffusion à la télévision](#), au lieu d'un mois jusqu'ici autorisé. Cette stratégie, si elle peut se révéler très efficace face à Netflix et ses épigones, déstabilise en revanche l'écosystème audiovisuel britannique. Les producteurs concernés savent que leurs droits pour les secondes fenêtres de diffusion seront moins valorisés, leurs productions ayant été longtemps disponibles en ligne. Les chaînes privées sont aussi pénalisées à travers BritBox, dont la BBC est pourtant un partenaire essentiel. Lancé comme plateforme payante de SVOD dédiée aux marchés anglo-saxons (voir *La rem* n°41, p.40), BritBox a été décliné au Royaume-Uni le 7 novembre 2019 au tarif de 5,99 livres par mois, trois livres de moins que l'abonnement d'entrée de gamme à Netflix. La plateforme propose les séries déjà diffusées sur les chaînes des partenaires, ITV et la BBC, les deux plus gros producteurs britanniques, une fois la période de replay terminée. [Avec des replays disponibles pendant un an sur l'iPlayer, l'offre de BritBox se retrouve fortement dégradée](#), or elle était essentielle pour ITV dont le service de vidéo en ligne n'a pas rencontré le même succès que celui de son partenaire public.

En ligne, la BBC a donc des atouts spécifiques qui peuvent être dénoncés par certains comme anticoncurrentiels, d'autant que ses activités commerciales renforcent l'offre de l'iPlayer. En effet, la filiale BBC Studios produit presque la moitié des programmes diffusés sur les antennes de la BBC et travaille désormais pour les services de SVOD et les autres chaînes privées britanniques. En fabriquant 3 000 heures de programmes chaque année, qui viennent renforcer son catalogue de 40 000 heures, BBC Studios a les moyens de garantir à sa maison mère une sécurisation de son approvisionnement en programmes sur le marché des droits. Ces derniers sont par ailleurs exploités à l'international, ce qui permet à BBC

Studios de produire des séries au budget digne de celui des grands producteurs américains. Les performances de BBC Studios contribuent également au financement du service public audiovisuel britannique puisque cette filiale commerciale de la BBC lui reverse une partie de ses bénéfices (243 millions de livres en 2019).

AJ

Sources :

- « La BBC veut mettre un an sur iPlayer les séries qu'elle achète », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 20 août 2019.
- « Sous pression, le patron de la BBC démissionne », Amandine Alexandre, *Le Figaro*, 21 janvier 2020.
- « La BBC coupe dans ses effectifs », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 29 janvier 2020.
- « Downing Street déclare la guerre à la BBC », Amandine Alexandre, *Le Figaro*, 1^{er} février 2020.
- « Quand BBC Studios fait son grand show », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 6 mars 2020.

Le Royaume-Uni entre enfin dans la convergence fixe-mobile

Le rapprochement d'O2 et de Virgin Media fait émerger un nouvel acteur convergent au Royaume-Uni et isole Vodafone, seul grand acteur à proposer une offre exclusivement mobile.

Le marché britannique des télécommunications est atypique en Europe. Alors que partout ailleurs la convergence fixe-mobile domine, les consommateurs continuent outre-Manche à payer pour deux forfaits, un fixe et un mobile. Pourtant, le rapprochement des opérateurs fixe et mobile avait été initié : en 2015, BT a racheté EE à Deutsche Telekom et Orange (voir *La rem* n°33, p.31). Mais BT n'a jamais eu intérêt à développer les offres convergentes de type quadruple play. Ces dernières, plus avantageuses pour le consommateur, auraient immanquablement nui à sa compétitivité, laquelle était déjà mise à mal par les lourdes dépenses engagées dans l'achat de compétitions sportives (voir *La rem* n°29, p.38). L'ex-opérateur historique devra toutefois s'y résoudre si la consolidation annoncée du marché britannique des télécoms aboutit.

En effet, le 7 mai 2020, O2 et Virgin Media, filiale de Liberty Global, ont confirmé leur rapprochement, ce qui fait émerger un nouvel opérateur convergent au Royaume-Uni. O2 est le deuxième opérateur mobile britannique, avec un peu plus du quart du marché. Son propriétaire, le groupe espagnol Telefónica, cherchait depuis longtemps à le céder. Il avait échoué une première fois en 2016 quand son rachat par un autre opérateur mobile, Three, avait été interdit par les autorités de la concurrence qui défendent le principe de quatre opérateurs mobiles par marché national (voir *La rem* n°38-39, p.42). Telefónica avait ensuite renoncé à introduire O2 en Bourse : avec les coûts de la 4G et les investissements à consentir dans la construction d'un réseau 5G, les perspectives pour les investisseurs étaient trop incertaines. Restait donc la possibilité d'une alliance. C'est cette option qu'a choisie Telefónica après avoir risqué très gros. En effet, en s'entendant sur plusieurs marchés européens pour fusionner leurs activités de téléphonie mobile et de câble, Vodafone et Liberty Global ont accéléré la convergence des offres en Europe (voir *La rem* n°46-47, p.48). Si le marché britannique avait fait partie de l'accord, O2 se serait retrouvé isolé, mais Liberty n'est pas parvenu à s'entendre avec Vodafone pour qu'il lui rachète ses activités britanniques. Telefónica s'est donc imposée comme alternative, Liberty cherchant à se séparer de ses activités dans le câble en Europe. Avec deux sociétés vendeuses, l'opération imaginée n'a pas

été celle d'un rachat mais la création d'une société tierce qui fusionnera les actifs d'O2 et de Liberty au Royaume-Uni. Le nouvel ensemble, détenu à parité, est valorisé 31,4 milliards de livres, soit 36 milliards d'euros, et s'impose comme le premier opérateur britannique avec une part de marché globale de 34 % contre 32 % pour BT, selon Bankinter.

Dans la fusion, les deux entités sont gagnantes. Outre les synergies habituelles liées à l'effet de taille et la possibilité de proposer des offres quadruple play, qui fidélisent mieux les abonnés, O2 accède au réseau fixe de Virgin Media. Ce dernier, issu des activités de télévision par câble du groupe, lui a permis de développer l'une des premières offres très haut débit fixe au Royaume-Uni en s'appuyant sur sa boucle locale en câble et en développant la fibre sur le reste de son réseau. Or la 4G est fortement consommatrice de données et a besoin d'un réseau fixe robuste pour relier entre elles les stations de base mobiles : c'est ce que Virgin apporte à O2. De son côté, Virgin, qui dispose de seulement 3,2 millions de clients au câble (3^e acteur du fixe au Royaume-Uni, 18% de parts de marché), pourra bénéficier d'un accès privilégié aux 32 millions d'abonnés mobiles d'O2. Une fois convertis au quadruple play, ces abonnés peuvent permettre de bien mieux optimiser le coût du réseau fixe de Virgin qui fait par ailleurs face aux nombreux investissements exigés par la bascule en fibre optique de bout en bout. Virgin, qui proposait une offre mobile grâce

à un partenariat avec Vodafone, va également pouvoir basculer ses 3 millions d'abonnés Virgin Mobile sur le réseau d'O2, ce qui va encore permettre de générer des économies. À cet égard, la taille d'O2 par rapport à Virgin est compensée dans l'opération, Liberty Global reversant 2,5 milliards de livres à Telefónica pour que la coentreprise soit détenue à parité entre les deux groupes.

Parce qu'elle ne fait disparaître aucun opérateur fixe ou mobile, l'opération a de bonnes chances d'être approuvée par les autorités de la concurrence. Elle aura deux effets immédiats. Pour BT, elle obligera l'ex-opérateur historique à investir dans son réseau fixe afin de mieux résister à la concurrence du nouvel ensemble, Virgin Media étant en avance dans le très haut débit. Pour Vodafone, les perspectives britanniques vont se compliquer très fortement car le groupe restera le dernier grand acteur à ne pas proposer d'offre convergente.

AJ

Sources :

- « O2 et Virgin veulent créer un poids lourd britannique des télécoms », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 5 mai 2020.
- « Mariage à 32 milliards dans les télécoms britanniques », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 5 mai 2020.
- « Telefónica et Liberty Global fusionnent », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 8 mai 2020.
- « Royaume-Uni : mariage géant entre O2 et Virgin », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 11 mai 2020.

USAGES

Covid-19. **L'ampleur de la « seconde maladie », la « désinfodémie »**

Des statistiques émanant de sources indépendantes des plateformes internet donnent une idée de l'importance du phénomène, quant au volume de la propagation des fausses nouvelles. Nombreuses sont les initiatives, privées comme publiques, qui se sont engagées dans la bataille.

Deux vocables sont nés pour décrire le chaos informationnel lié à la pandémie de coronavirus. Le premier, **l'infodémie**, désigne la **surabondance**, le « déluge » d'informations, que celles-ci soient vraies ou fausses, concernant la Covid-19. Le second, **la « désinfodémie »**, décrit plus spécifiquement la **production et la propagation « toxiques » de mensonges**, sans

intention de nuire à autrui (mésinformation) ou, au contraire, avec malveillance (désinformation).

« *Alors que l'information donne du pouvoir, la désinfodémie en prive* », écrivent les auteurs de *Journalisme, liberté de la presse et Covid-19*, note publiée par l'Unesco à l'occasion de la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020. Ce document fournit notamment des statistiques pour décrire « *l'ampleur massive* » du phénomène des fausses informations liées à la Covid-19 sur les médias sociaux, les messageries et les moteurs de recherche, foyers de la désinfodémie :

- **40% des 112 millions de tweets** postés en 64 langues dans le monde entier, entre le 21 janvier et le 10 mars 2020, ont été produits par des robots, soit le double de l'estimation faites quatre ans auparavant, et l'analyse de 20 millions d'URL identifiables extraites des tweets montre qu'environ **50% n'étaient pas fiables**, selon une analyse par apprentissage

automatique réalisée par Covid19obs – l'Observatoire de l'infodémie Covid-19 soutenu par la fondation Bruno Kessler (Italie).

- **Un tiers des utilisateurs des médias sociaux** ont déclaré avoir vu des informations fausses ou trompeuses, selon une étude de l'Institut Reuters réalisée fin mars et début avril 2020 dans six pays (Argentine, Allemagne, Corée du Sud, Espagne, Royaume-Uni et États-Unis). En outre, les personnes qui s'informent principalement par le biais des médias sociaux sont plus susceptibles d'être exposées à des contenus erronés – 18% des adultes américains sont « *social media first* », d'après le Pew Research Center.
- **40 millions de publications problématiques** identifiées sur Facebook en mars 2020 ont fait l'objet d'avertissements, et des centaines de milliers d'éléments de mésinformation ont été supprimés, selon la plateforme.
- **38 % des 50 millions de tweets postés** par 13 millions de personnes, du 27 février au 12 mars 2020, étaient des contenus manipulés, selon Blackbird.AI, spécialiste de l'analyse des *fake news*.
- **238 sites web d'actualité et d'information** aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Italie et en Allemagne étaient classés « en rouge » à la mi-juin 2020 pour publication de fausses nouvelles. Cette classification a été effectuée par l'extension de navigateur internet NewsGuard, lequel a par ailleurs retrouvé l'origine des treize mythes les plus populaires sur la Covid-19 afin d'en comprendre la propagation, à l'image de « *la Covid-19 a été volée dans un laboratoire canadien par des espions chinois* » ou « *la technologie cellulaire 5G est liée à la pandémie de coronavirus* ».
- **6 600 informations fausses ou trompeuses**, dans plus de 70 pays et au moins 40 langues, ont été réfutées à la mi-juin 2020 par l'Alliance CoronaVirusFacts de l'International

Fact-Checking Network (IFCN) du Poynter Institute (Floride).

Outre la fausseté des informations propagées, la « désinfodémie » véhicule des contenus émotionnels et entretient ainsi la xénophobie, le racisme et la haine, d'autant plus aisément qu'elle transite par des acteurs internet influents, explique l'Unesco.

La monétisation des contenus, pilier de leur modèle économique, a transformé les médias sociaux à la fois en champions et en combattants de la désinfodémie. Après avoir déclaré, le 16 mars 2020, leur engagement commun à lutter contre la désinformation liée aux coronavirus, Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Reddit, Twitter et YouTube ont mis en œuvre leurs parades ordinaires – « *peut-être même à une plus grande échelle et à une plus grande vitesse qu'avec d'autres types de faux contenus dans le passé* » note l'Unesco – telles que la modération des contenus, la réorientation des internautes vers de sources sûres, le bannissement des publicités frauduleuses, ainsi qu'un soutien financier aux médias et journalistes vérificateurs des faits. Sur ce dernier point, l'Unesco fait remarquer que ces aides sont d'un bien faible montant au regard des revenus des plateformes internet et, surtout, qu'elles ne compensent pas la baisse des recettes publicitaires des médias, préexistante à la crise sanitaire.

Tout en pointant l'impossibilité de vérifier les performances de modération annoncées par les plateformes internet elles-mêmes, l'Unesco relaie notamment les résultats d'une étude menée en mars 2020 par l'ONG de cyber-militants Avaaz.org, portant sur plus de 100 contenus de désinformation publiés en six langues, jugés faux et trompeurs par des vérificateurs de faits indépendants. Partagées plus de 1,7 million de fois, ces fausses nouvelles ont été consultées environ 117 millions de fois sur Facebook. Malgré le signalement d'Avaaz.org, plus de 40% de ces fausses nouvelles ont été maintenues en ligne sans étiquette d'avertissement, les deux tiers d'entre elles ayant pourtant été discréditées par les partenaires *fact-checkers* du réseau social. Il peut s'écouler jusqu'à 22 jours avant que Facebook n'appose un avertissement sur ces contenus, avec une réaction plus prompte pour les contenus en anglais, 29% restant cependant sans étiquette

d'avertissement, contre 68% des contenus en italien et 70% de ceux en espagnol.

L'Institut Reuters, quant à lui, a démontré que sur 225 cas de mésinformation, entre janvier et fin mars 2020, 59% des publications considérées comme fausses par les vérificateurs de faits restaient en ligne sur Twitter, 27% sur YouTube et 24% sur Facebook, et cela sans étiquette d'avertissement.

Comme le souligne David Kaye, rapporteur spécial des Nations unies sur la liberté d'opinion et d'expression, « les entreprises [internet] ne devraient pas être les arbitres de la vérité, mais elles peuvent toujours adopter une position ferme et claire contre la diffusion de mensonges dans leur contenu, leurs publicités et leurs services de recherche ».

À l'occasion de la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020, la Commission internationale sur l'information et la démocratie, créée à l'initiative de Reporters sans frontières (voir *La rem* n°49, p.68), a interpellé les dirigeants des plateformes numériques et des réseaux sociaux. Dans une tribune publiée par *Le Monde*, ses membres* invitent à œuvrer efficacement « pour garantir le droit à l'information fiable, constitutif de la liberté d'opinion et d'expression ».

Extraits :

« Pour l'organisation de l'espace public, les sociétés que vous dirigez, Google, Facebook, Apple, Twitter, Microsoft, Amazon (et autres), ont aujourd'hui les pouvoirs des Parlements et des tribunaux. Comme "le code est la loi" et que les conditions d'utilisation ne sont pas négociables, vous définissez le cadre et les règles de la délibération publique, rôle dévolu normalement à nos représentants.

Mais vous n'êtes pas soumis aux procédures ni aux obligations de transparence imposées aux lois et au fonctionnement des États démocratiques. Vous avez un impact énorme sur nos sociétés, nos libertés et nos vies, sans être responsables pour l'essentiel.

[...] le chaos informationnel imputable à l'absence d'obligations menace la vie démocratique, la concorde civile, la pérennité des médias d'information, et tout simplement la capacité de

chacun à distinguer le vrai du faux ou à s'extraire de ses chambres d'écho.

[...] Pour inscrire l'activité de vos entreprises dans le respect et la promotion du "bien commun", pour respecter le devoir de vigilance qui vous incombe, il vous faudra appuyer votre action sur des initiatives collaboratives fondées sur des logiques de principes. Nous vous invitons à promouvoir les sources d'information fiables dans l'indexation algorithmique de manière structurée, par exemple en mettant en œuvre la Journalism Trust Initiative (JTI), un projet d'autorégulation lancé par Reporters sans frontières (RSF) qui a fait l'objet d'un travail collaboratif de 120 médias, syndicats, organisations de défense des droits, associations de consommateurs et plates-formes numériques.

[...] Les projets que vous avez lancés ou soutenus ne suffiront pas, car ils visent à endiguer des phénomènes quand c'est le cadre lui-même qu'il faut repenser. Nous vous appelons à un grand saut pour contribuer à la mise en œuvre d'un cadre global propice à une délibération publique ouverte, tolérante et la plus intégrée possible. »

* Emily Bell, directrice du Tow Center for Digital Journalism (Columbia University); Teng Biao, avocat et défenseur des droits de l'homme; Nighat Dad, fondatrice de la Digital Rights Foundation; Mireille Delmas-Marty, professeur émérite au Collège de France; Christophe Deloire, secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF); Can Dündar, ancien rédacteur en chef du quotidien turc *Cumhuriyet*; Shirin Ebadi, lauréate du prix Nobel de la paix; Ulrik Haagerup, fondateur et directeur du Constructive Institute; Hauwa Ibrahim, avocate, lauréate du prix Sakharov; Francis Fukuyama, essayiste, professeur à Stanford; Antoine Petit, président du CNRS; Navi Pillay, juriste, ancienne haut-commissaire aux droits de l'homme de l'ONU; Maria Ressa, directrice générale du site Rappler; Amartya Sen, lauréat du prix Nobel d'économie; Joseph Stiglitz, lauréat du prix Nobel d'économie; Mario Vargas Llosa, lauréat du prix Nobel de littérature; Aidan White, fondateur de l'Ethical Journalism Network; Mikhail Zygar, journaliste, auteur.

FL

Sources :

- « Fighting the Infodemic: The #CoronaVirusFacts Alliance », The Poynter Institute, poynter.org
- Coronavirus Misinformation Tracking Center, NewsGuard, newsguardtech.com
- Covid-19 (Coronavirus) Disinformation Report, Blackbird. AI, www.blackbird.ai
- Covid-19 Infodemics, A report on the current state of (dis-) information, Manlio De Domenico, Pierluigi Sacco, Covid19 Infodemics Observatory, Complex Multilayer

Networks, Bruno Kessler Fondation, comunelab.fbk.eu, March 9, 2020.

- « Americans who primarily get news through social media are least likely to follow Covid-19 coverage, most likely to report seeing made-up news », Mark Jurkowitz and Amy Mitchell, Pew Research Center, journalism.org, March 25, 2020.
- « Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation », Dr. J. Scott Brennan, Felix Simon, Dr Philip N. Howard, Professor Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute, reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, April 7, 2020.
- « How Facebook can Flatten the Curve of the Coronavirus Infodemic », Avaaz.org, April 15, 2020.
- « Navigating the "infodemic": how people in six countries access and rate news and information about coronavirus », Professor Rasmus Kleis Nielsen, Dr Richard Fletcher, Nic Newman, Dr. J. Scott Brennan, Dr Philip N. Howard, Reuters Institute, reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, April 15, 2020.
- « Nous appelons les géants du Web à un sursaut décisif pour le droit à l'information fiable », Collectif, lemonde.fr, 2 mai 2020.
- Journalisme, liberté de la presse et Covid-19, Note thématique dans la série UNESCO – Tendances mondiales en matière de liberté d'expression et de développement des médias, 3 mai 2020.

Covid-19. **Le mouvement des makers au service de la lutte contre l'épidémie**

Dès le début du confinement, le 16 mars 2020, la pénurie de matériels sanitaires liée à la Covid-19 a fait l'objet d'une mobilisation sans précédent de la communauté française des *makers*.

Les *makers*, littéralement « les faiseurs », sont les acteurs emblématiques de la culture contemporaine du *Do It Yourself (DIY)* qui s'appuie sur des technologies nouvelles comme l'électronique, la robotique, l'impression 3D, la machine-outil à commande numérique et sur des technologies traditionnelles comme la métallurgie, la menuiserie ou l'artisanat, mais également sur le partage, la mise en commun des connaissances et des savoir-faire.

De multiples initiatives locales ont essaimé à travers tout le territoire et se sont progressivement organisées avec les outils numériques contemporains. La plateforme Covid-Initiatives (covid-initiatives.org) recense l'ensemble des initiatives de la société civile prises

pour faire face à l'épidémie de Covid-19. On y trouve la liste des matériels à réaliser soi-même avec un lien vers les plans, ainsi qu'une cartographie des fablabs et des *makerspaces* de France et des imprimeurs 3D (voir *La rem* n°36, p.62). Sont également indiqués les différents groupes Facebook de *makers* dont notamment Visière Solidaire, Maker contre COVID ou encore Visière 3D. Certains de ces groupes proposent l'accès à des messageries en ligne, parfois avec un lien vers des cagnottes pour acheter les matériaux nécessaires à la fabrication de masques, de visières, de pièces de respirateurs, de valves, d'adaptateurs, de pousse-seringues et autres objets imprimables en 3D. La plateforme Covid-Initiatives indique ainsi que 240 000 pièces auraient été créées bénévolement et distribuées gratuitement au personnel soignant et aux hôpitaux. Ce chiffre est bien sûr infime face aux commandes industrielles de millions de masques. Il doit cependant être replacé dans le contexte du confinement, lorsque le manque de matériel était total.

Selon Hugues Aubin, vice-président du Réseau français des fablabs, « la réactivité, le dévouement, le sens civique et l'efficacité des makers pallient les manques et les besoins au plus près des territoires, dans les zones défavorisées comme dans les grandes villes. Ils renouvellent une tradition essentielle à la résilience d'une société, celle de l'inventivité et du pragmatisme mis au service de la

solidarité ». Il est particulièrement intéressant de noter la façon dont le mouvement s'est structuré: dans un premier temps, l'organisation s'est déployée à l'échelle locale autour d'outils, notamment des imprimantes 3D des fablabs mais rapidement de nombreux particuliers équipés de ces mêmes matériels se sont mobilisés. Puis, en quelques jours seulement, des groupes de partage d'informations se sont constitués sur des serveurs *via* les réseaux sociaux ou les messageries de groupe, utilisant des outils de cartographie et de localisation afin de mettre en commun plans et matériaux. La communication entre les hôpitaux et le mouvement des *makers* s'est établie, sans autre intermédiaire, sur les réseaux sociaux. Le réseau français des fablabs a également joué un rôle important de coordination en faisant circuler les informations en provenance des initiatives locales, en facilitant le partage des connaissances, des plans 3D, des tutoriels et autres conseils.

À lui seul, le collectif Makers x Covid Paris, porté par Volumes, membre fondateur de l'association Fab City Grand Paris, avec l'Atelier des Amis fut très rapidement rejoint par une vingtaine de lieux de fabrication, d'industriels et d'institutions, et surtout par plus de 180 volontaires. Il a produit en un peu plus d'un mois quelque 30 000 masques, visières, adaptateurs ou surblouses: « *Vous, ou des personnes que vous connaissez, avez besoin de matériel en Île-de-France: visières, masques...? Le matériel est fourni gratuitement et bénévolement, mais ne remplace pas un équipement médical certifié, c'est une solution d'urgence pour pallier le manque* », pouvait-on lire sur le site web makerscovid.paris créé pour l'occasion.

La pénurie généralisée de matériel médical provoquée par la crise sanitaire de la Covid-19 a fait émerger un

mouvement de grande ampleur qui a su rapidement s'organiser autour de ceux qui demandent, ceux qui fabriquent et ceux qui donnent. D'ailleurs, sur le moment, le gouvernement n'a pas pris la mesure de l'efficacité de cette solidarité. État de fait que résume ainsi Hugues Aubin: « *La mobilisation des makers français est sans précédent, il serait temps que l'État s'en rende compte* ». En revanche, certains industriels ont joué le jeu des *makerspaces* et des fablabs, à l'instar de Schneider Electric et des chercheurs du CEA, notamment dans la région de Grenoble, pour parer, dans l'urgence, à la pénurie de masques. Selon les mots de la sociologue Isabelle Berrebi-Hoffmann, spécialiste des communautés du « faire », la crise sanitaire de la Covid-19 augure peut-être de nouvelles formes de collaboration sur « *un modèle de production distribuée à la fois locale et "à la pièce" grâce aux imprimantes 3D* », créant ainsi des collaborations « *entre deux mondes qui ne se parlent d'ordinaire jamais, celui des makers et celui des industriels* ».

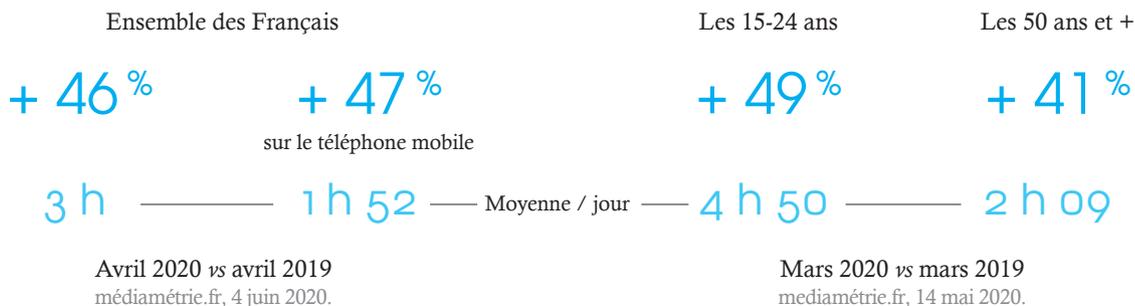
J-A F S

Sources :

- covid3d.fr
- makerscovid.paris
- « Coronavirus Covid-19: Des « makers » et des masques pour les hôpitaux », Sophie Hienard, france3-regions.francetvinfo.fr, 24 mars 2020.
- « Pourquoi le Covid-19 va (aussi) propager le mouvement maker », Bastien Marchand, usbeketrica.com, 9 avril 2020.
- « Covid-19: mobilisation sans précédent des makers en France », makery.info, 9 avril 2020.
- « Coronavirus: l'appel à l'aide des makers engagés 24/24 », nextinpact.com, 10 avril 2020.
- « Covid-19: "Les initiatives ouvertes sont en train de se construire une visibilité nationale" », Lila Meghraoua, usbeketrica.com, 19 avril 2020.

Internet

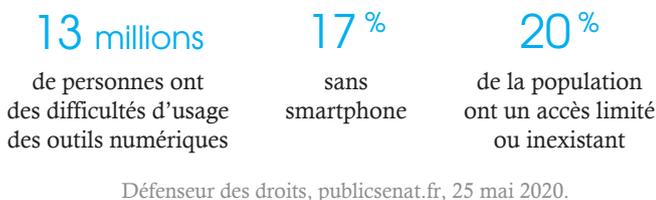
Temps passé en ligne



Moteurs de recherche



Inégalités d'accès



Télétravail & emplois

10 % des salariés

sont présents au siège de l'**AFP**
fin mai 2020, soit **90** personnes
contre **1 200** habituellement.

La Correspondance de la Presse,
25 mai 2020.

500 journalistes

du *Monde* en télétravail
en moins de 48 heures.

« *Un saut dans l'inconnu
pour traiter de l'actualité
probablement la plus forte
depuis 1945* », Luc Bronner,
directeur de la rédaction.

lemonde.fr, 25 mars 2020.

2 000 salariés
précaires

bénéficieront du fonds
de soutien de 15 M€ créé
par **France Télévisions**.

SNJ, snj-francetv.fr.

Communication

Fréquentation des médias sociaux (vs 2019)



Données FAI, Netscout,
TP/AFP, 22 mai 2020.

Messageries et réseaux sociaux mars 2020

WhatsApp



mediamétrie.fr, 14 mai 2020.

Vidéoconférences

Zoom



vs 500 000
en mars 2019

mediamétrie.fr, 14 mai 2020.

Covid-19. La vie en ligne

Médias, numérique et confinement en France

du 17 mars au 11 mai 2020

Médias

Télévision

(Durée d'écoute individuelle)

+ 34%

du 17 mars au 26 avril 2020

4 h 41 contre 3 h 29

15-24 ans + 65%
soit 1 h 47

mediamétrie.fr, 14 mai 2020.

Chaînes d'information

+ 63%

de couverture quotidienne
pour BFM TV, CNews, LCI et FranceInfo

Soit 21 millions de téléspectateurs,
du 17 mars au 26 avril 2020

+ 300%

Part d'audience des 15-24 ans

mediamétrie.fr, 14 mai 2020.

Radio

+ 15%

d'écoute en ligne de la radio *

franceinfo + 87%

M Radio + 77%

Oui FM + 64%

France Culture + 55%

Radio Nova + 47%

du 23 au 29 mars 2020
(vs 3 au 23 février 2020).

acpm.fr.

Podcasts

91 millions

d'écoutes sur Radio France
en mars 2020

+ 25%

d'écoutes en moyenne par jour
de mi-mars à mi-avril 2020

lesechos.fr, 18 avril 2020.

Médias d'information en ligne

Top 5 par le nombre de visites
en avril 2020 vs 2019

Application	Site web
+ 84%	Lemonde.fr + 103%
+ 58%	Lefigaro.fr + 66%
+ 90%	Franceinfo.fr + 66%
+ 157%	Bfmtv.com + 74%
+ 74%	Ouest-France.fr + 97%

acpm.fr.

SVOD

34%

des internautes ont regardé
au moins un contenu
en SVOD par semaine,
contre

23% en moyenne
avant le confinement

mediamétrie.fr, 14 mai 2020.

* Pas de mesure d'audience de la radio car Médiamétrie a suspendu ses enquêtes par sondage téléphonique afin de protéger la santé de ses collaborateurs.

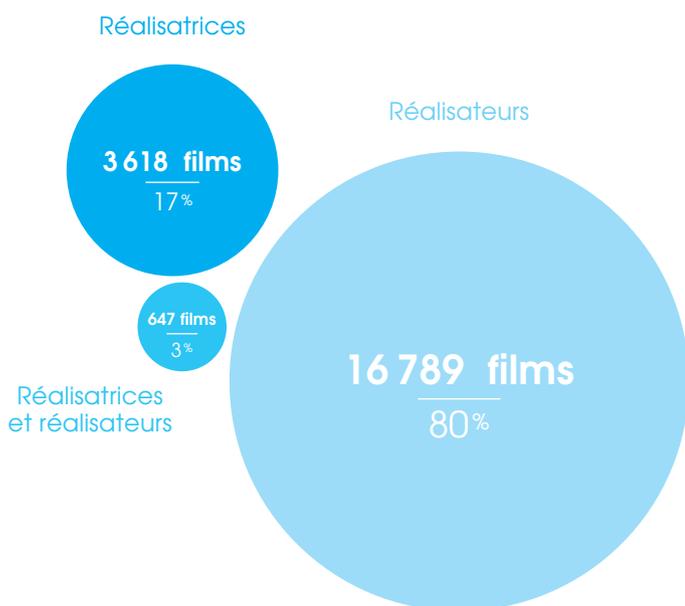
Cinéma européen : « 21 % des réalisateurs sont des réalisatrices »

Une étude menée en 2019 par l’Observatoire européen de l’audiovisuel (OEA) chiffre la disproportion élatante entre les femmes et les hommes dans l’exercice de la profession de réalisateur de longs métrages.

Près de 3 000 réalisatrices ont fait au moins un film européen de long métrage entre 2003 et 2017, elles représentent 1/5^e de l’effectif total des réalisateurs de longs métrages. Près de la moitié d’entre elles ont réalisé un seul film, contre 40% des réalisateurs, et 30% d’entre elles ont fait plus de deux films, contre 39% des réalisateurs.

Films européens* réalisés par des femmes ou par des hommes

Moyenne 2003 – 2017

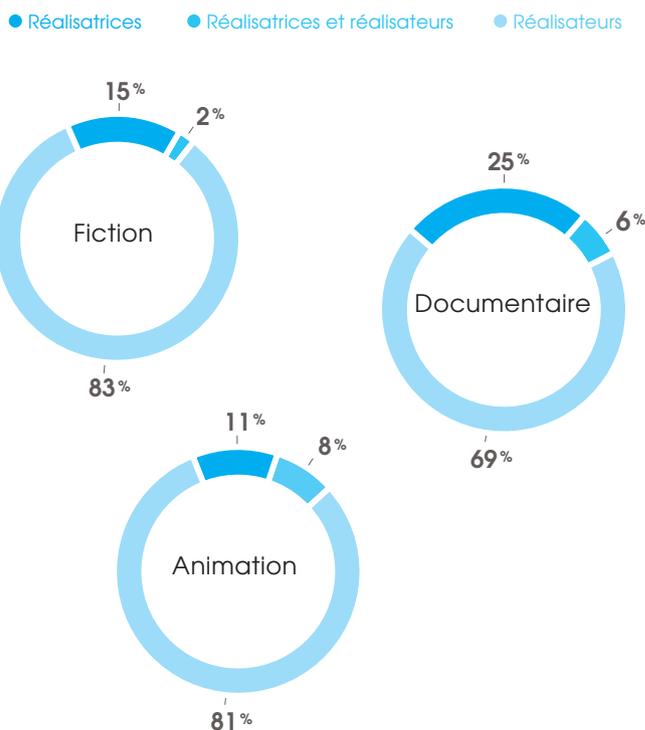


La part des films réalisés par des femmes est modestement passée de 15% en 2003 à 19% en 2017. Les femmes réalisent majoritairement des œuvres de fiction – 65% de leurs longs métrages –, mais cette augmentation, très limitée, est surtout due, selon l’OEA, à la place acquise par les réalisatrices dans la création de documentaires, dont seulement 16% étaient réalisés par celles-ci en 2003 alors que ce chiffre atteint 42% en 2017.

Par le nombre de films réalisés par des femmes, la France se place en tête des pays européens, avec 307 films entre 2003 et 2017 tandis que c’est aux Pays-Bas que la part relative des films réalisés par des femmes est la plus importante (33%), suivi de la Suède et de la Lettonie (31%), puis de la Norvège et de l’Autriche (29%).

Répartition en fonction du type de film

Moyenne 2003 – 2017



Source : Observatoire européen de l’audiovisuel / LUMIERE.

Si la part des films réalisés par des femmes a augmenté, le faible taux de fréquentation de ces films reste stable, note l'OEA. Sur la période étudiée (2003-2017), les films réalisés par des femmes – 17% du total – ne représentent que 8% des entrées en salle des films européens. Selon l'OEA, « *ce décalage pourrait s'expliquer par le fait que les réalisatrices se voient confier des projets de films à moindre budget que leurs collègues hommes. En outre, on constate une forte concentration des entrées en salle, avec un nombre limité de films à gros budgets à l'origine de la majorité des entrées et générant les revenus les plus importants* ».

* Sur un échantillon de 21 054 longs métrages européens, soit produits et financés en majorité dans l'un des pays membres de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (à l'exclusion du Maroc), entre 2003 et 2017, et ayant fait l'objet d'une sortie en salle dans au moins un pays européen (36 marchés constituant la base de données LUMIERE de l'OEA) entre 2003 et 2018.

FL

Source :

- « L'égalité entre hommes et femmes dans la réalisation de films : un long chemin reste à parcourir », Annuaire 2019/2020, Tendances clés, Observatoire européen de l'audiovisuel, obs.coe.int, 2020.

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

Covid-19. **La Chine et les États-Unis expulsent leurs journalistes**

En se livrant à des attaques et contre-attaques visant leurs médias respectifs, les deux premières puissances mondiales s'alignent, l'une contre l'autre, sur le moins-disant en matière de liberté d'expression et de liberté de la presse, tandis que le monde fait face à la pandémie.

La crise sanitaire est le nouveau théâtre de guerres d'influence. Loin d'un diplomatique *soft power*, Washington et Pékin s'affrontent à découvert depuis la mi-février 2020, sans vergogne, en prenant les journalistes en otage.

En Chine, les discours officiels affichent le plus grand optimisme quant à la « *guerre du peuple* » contre la

Covid-19. Sur Twitter, Hu Xijing, rédacteur en chef du *Global Times*, quotidien nationaliste d'État, témoigne de sa confiance dans « *notre victoire* », assurant que « *les gens sont de meilleure humeur et les villes retrouvent leur vitalité. Moi-même, je suis très heureux* ». Pourtant le report à une date ultérieure de la réunion annuelle du Parlement chinois, une première en trente-cinq ans, ne trompe pas sur la situation sanitaire du pays. Les autorités s'occupent de faire taire les voix discordantes, notamment celle de l'universitaire Xu Zhiyong, arrêté le 15 février 2020, et celle du juriste Xu Zhangrun, assigné à résidence. Il s'agit d'imposer dans les médias la version de l'État concernant la gestion de l'épidémie, alors que les chiffres de victimes chinoises officiellement annoncés sont parfaitement incohérents avec la situation décrite dans les hôpitaux et dans les morgues.

Le 17 février 2020, le *Global Times* titre « Chris Buckley, du *New York Times*, dénature les efforts de la Chine pour vaincre le coronavirus » – le journaliste américain est parmi les quelques journalistes occidentaux qui se trouvaient dans la ville de Wuhan (Hubei),

épicentre de l'épidémie. Chris Buckley est aussi l'auteur d'articles dénonçant la répression des musulmans dans la région ouïghoure du Xinjiang.

Le 19 février 2020, Pékin annonce l'expulsion, par l'annulation de la carte de presse, de trois journalistes du *Wall Street Journal*, deux Américains et un Australien, en réaction à la publication, le 3 février 2020, d'un article jugé offensant par les autorités chinoises. Écrite depuis les États-Unis – la Chine est alors en pleine épidémie de coronavirus –, par Walter Russell Mead, universitaire américain, cette tribune critiquait la gestion de la crise sanitaire par le gouvernement de Pékin et les pouvoirs locaux. En outre, elle était intitulée « *La Chine est le véritable homme malade de l'Asie* », une expression méprisante envers la Chine car elle fait référence à l'emprise passée du Japon et des Occidentaux sur le pays. Fustigeant l'usage de ce titre « *sensationaliste* » et empreint de « *discrimination raciale* », la Chine attendait que le *Wall Street Journal* lui adresse des excuses, alors que le quotidien américain a fait savoir que les trois journalistes expulsés avaient en commun d'avoir enquêté sur la surveillance de masse et le sort des Ouïghours. Représentant de la finance internationale, le quotidien conservateur américain est présent à Pékin depuis 1980 avec une rédaction composée de dix journalistes. Pour la première fois, en 2019, l'un d'entre eux, originaire de Singapour, avait été renvoyé par le gouvernement chinois à la suite d'une enquête révélant les démêlés d'un cousin du président Xi Jinping avec le fisc australien.

Cette décision radicale des autorités chinoises est interprétée comme « *une tentative extrême et évidente [...] d'intimider les médias étrangers en prenant des sanctions contre leurs correspondants basés en Chine* », selon le Club des correspondants de la presse étrangère en Chine (FCCC). À ce propos, le secrétaire d'État américain, Mike Pompeo, a déclaré : « *Les pays matures et responsables comprennent qu'une presse libre rapporte des faits et exprime des opinions.* » Quant au président Donald Trump, il ne manque pas une occasion d'exciter le sentiment nationaliste au sein de la population et d'attiser par là-même la guerre d'influence avec la Chine : il évoque dans ses déclarations « *le virus chinois* » et affirme, sans preuve, que le nouveau coronavirus se serait échappé d'un laboratoire en Chine. [Ce sera aussi](#)

[le choix du département d'État américain de donner le statut de « mission étrangère » aux cinq grands médias d'État chinois établis sur le sol américain, ce qui déclenchera vingt-quatre heures plus tard l'expulsion des journalistes du *Wall Street Journal*.](#) Assimilées à des missions diplomatiques, l'agence de presse Chine nouvelle, Chine Radio internationale, China Global Television Network, *China Daily* et *Le Quotidien du peuple* devront désormais rendre compte au département d'État de la liste de leurs employés ou encore obtenir une autorisation pour acquérir des propriétés aux États-Unis. « *Ces gens sont en fait le bras armé de l'appareil de propagande du Parti communiste chinois* », explique-t-on au département d'État américain, pour lequel les nouvelles modalités de contrôle s'alignent sur celles qui sont pratiquées par les autorités chinoises aux médias étrangers.

« *Injustifiées et inacceptables* », rétorque le 19 février 2020 le porte-parole du ministère des affaires étrangères chinois en réaction à l'annonce des contraintes imposées par les États-Unis, tandis que, de son côté, le personnel chinois des médias étrangers est obligatoirement salarié d'un organisme public chinois par lequel transite la rémunération versée par son employeur étranger. S'il ne voit pas de relation de cause à effet entre la décision américaine affectant les médias chinois et l'expulsion des journalistes du *Wall Street Journal*, le *Global Times* dans son édition du 20 février 2020 précise tout de même « *que ce n'est pas tout à fait une coïncidence s'ils [ces faits] surviennent en même temps. Ils montrent que le conflit idéologique entre la Chine et les États-Unis s'intensifie* ».

[Washington confirme deux semaines plus tard l'augure du *Global Times* : les grands médias d'État chinois présents sur le territoire américain sont classés « organes de propagande ».](#) En conséquence, à compter du 13 mars 2020, leurs effectifs seront réduits à 100 ressortissants chinois au maximum contre 160 auparavant. L'agence de presse Chine nouvelle subira la plus importante coupe, réduite à 59 salariés chinois, suivie de China Global Television Network qui en comptera 30 contre seulement 9 pour *China Daily* et 2, pour Chine Radio internationale. Les États-Unis n'expulsent pas directement les employés des médias de l'État chinois, mais le résultat sera le même.

« Depuis des années, la Chine impose une surveillance, un harcèlement et des intimidations de plus en plus durs sur les Américains et d'autres journalistes étrangers travaillant en Chine », explique dans un communiqué le secrétaire d'État Mike Pompeo, sans évoquer le renvoi des journalistes du *Wall Street Journal*. Selon le rapport annuel du Club des correspondants étrangers en Chine (FCCC), [le pouvoir chinois se sert du visa de travail comme « une arme » à l'encontre des médias étrangers](#), notamment en écourtant de plus en plus fréquemment la durée de validité de la carte de presse (qui vaut comme permis de travail) de un an à six mois ou moins. En 2019, les douze journalistes qui ont reçu une carte de presse d'une durée réduite travaillaient notamment pour le *New York Times*, le *Wall Street Journal*, La Voix de l'Amérique, la BBC, le *Telegraph*, le *Globe and Mail*, *Le Monde*, le *Sankei Shimbun*.

« Nous appelons le gouvernement chinois à confirmer immédiatement ses engagements à respecter la liberté d'expression, y compris pour les membres de la presse », déclare le secrétaire d'État américain. Il s'agit pour les États-Unis de « rétablir une égalité qui n'a que trop tardé ». Les contenus diffusés par les médias chinois ne subiront « aucune restriction ». En outre, les salariés chinois d'autres médias ne sont pas concernés par cette mesure de restriction et les médias d'État chinois restent libres d'embaucher des personnes d'une autre nationalité.

Ce message de Washington appelant Pékin « à respecter la liberté d'expression », tout en expulsant des ressortissants chinois, relance inmanquablement la mécanique de l'escalade. La Chine renchérit donc à son tour et annonce « se réserver le droit de prendre des mesures supplémentaires ». Le porte-parole de la diplomatie chinoise vitupère contre un département d'État américain agissant avec « une mentalité de guerre froide » ; « un parti pris idéologique » et « des arguments infondés pour opprimer politiquement des médias chinois basés aux États-Unis ». Il avait également préalablement répondu aux accusations du FCCC, dont il ne reconnaît pas l'autorité, que plus de 600 journalistes étrangers ont obtenu une accréditation pour faire leur travail en Chine, précisant d'ailleurs que « tant qu'ils respectent les lois chinoises et travaillent en conformité avec la législation et les réglementations, ils n'ont pas à s'inquiéter ». Le FCCC, quant à

lui, signale que, depuis le début de l'année 2020, deux correspondants ont reçu un visa d'une durée d'un mois seulement.

En 2019, 425 visas de journalistes ont été accordés à des ressortissants chinois pour travailler aux États-Unis. Les autorités américaines envisageaient, elles aussi, de limiter dorénavant la durée des visas octroyés aux salariés des médias de l'État chinois. Dénonçant les mesures de restriction concernant les visas, le Comité pour la protection des journalistes (CPJ), association américaine ayant notamment pour mission de dénoncer les atteintes contre la liberté de la presse dans le monde, interpelle la Chine et les États-Unis, en pleine crise sanitaire mondiale, pour « arrêter ce cycle dangereux de représailles qui menace le flux libre de l'information dans les deux pays ». Steven Butler, coordinateur du CPJ pour l'Asie, ajoute que « les États-Unis, en tant que démocratie avec une forte garantie constitutionnelle de liberté de la presse, doivent montrer l'exemple plutôt qu'adopter la stratégie autoritaire de Pékin ».

Selon le FCCC, au moins neuf reporters ont été contraints de quitter la Chine avant ou à l'expiration de leur carte de presse depuis 2013, soit après l'arrivée au pouvoir du président Xi Jinping. Le CPJ rappelle qu'à la fin 2019 la Chine détient au moins 48 de ses journalistes emprisonnés.

BB & FL

Sources :

- « Coronavirus : à Pékin, petite quarantaine et grande propagande », Zhifan Liu, *Libération*, 19 février 2020.
- « La Chine expulse trois journalistes du "Wall Street Journal" », Frédéric Lemaître, *lemonde.fr*, 19 février 2020.
- « La presse, motif d'une nouvelle tension entre Washington et Pékin », Claude Fouquet, *lesechos.fr*, 3 mars 2020.
- « Washington réduit fortement le personnel des médias d'État chinois aux États-Unis », *Le Figaro* avec l'AFP, *lefigaro.fr*, 2 mars 2020.
- « Le visa, "arme" de la Chine contre la presse », AFP, *tv5monde.com*, 2 mars 2020.
- « Liberté de la presse : Washington s'en prend aux médias d'État chinois aux États-Unis », AFP, *tv5monde.com*, 2 mars 2020.

Australie, États-Unis : agences de presse et journaux en péril

Aux États-Unis, la presse locale continue d'affronter des difficultés et bascule progressivement sous le contrôle de fonds dont l'objectif est d'abord la réduction des coûts, même au détriment de l'information. La presse en ligne licencie en réponse à la crise sanitaire. En Australie, c'est l'agence de presse qui disparaît.

La presse anglo-saxonne révèle, avant celle des pays où les aides permettent de faire survivre des entreprises fragiles, ce qui devra inévitablement se produire sans changement rapide de l'écosystème des médias d'information. Avant même la crise sanitaire qui a conduit à une chute brutale des dépenses publicitaires des annonceurs, la crise de la presse faisait de nouvelles victimes. [Aux États-Unis, la presse locale continue sa descente aux enfers](#). Avec le rachat, en août 2019, de Gannet par GateHouse Media (voir *La rem* n°53, p.59), les fonds qui contrôlent GateHouse ont imposé un nouveau modèle. En réduisant les coûts, en taillant dans les effectifs des rédactions, en mutualisant la production d'information, il est possible de retrouver une efficacité économique sur le marché de la presse locale. Pour preuve, cette efficacité retrouvée a autorisé le numéro 3 à s'emparer du numéro 1 pour que la consolidation produise encore une baisse nouvelle des coûts. Le même traitement sera probablement appliqué au nouveau numéro 2 de la presse locale américaine, le groupe McClatchy, présent dans 14 États américains avec une diffusion quotidienne de 2 millions d'exemplaires. Ce dernier a dû se placer sous le régime des faillites en février 2020. Il paye de mauvais choix stratégiques, le groupe s'étant fortement endetté en 2006 pour racheter son concurrent, le groupe Knight Ridder, moyennant 4,5 milliards de dollars. Deux ans plus tard, la crise financière faisait s'effondrer les recettes publicitaires de la presse. Étranglé par sa dette, le groupe McClatchy n'a pas

pu investir correctement dans la numérisation de ses titres. En choisissant de se placer sous le régime des faillites, il s'assure de pouvoir négocier sa dette de 700 millions de dollars et de passer, à son tour, sous le contrôle des fonds qui l'ont financé, notamment le fonds Chatham Asset Management. Ce dernier devrait appliquer au groupe les mêmes méthodes que celles, déjà éprouvées, appliquées par le fonds Fortress Investment Group à GateHouse Media.

À cet égard, [la crise sanitaire risque d'être un accélérateur, demain, de la réduction des coûts et de la consolidation du secteur de la presse régionale américaine](#). Gannet a d'ores et déjà mis en place des mesures de chômage partiel entre avril et juin 2020 et impose une semaine par mois de congés non payés à ses salariés. Certains titres ont fait le choix de réduire le nombre de leurs éditions imprimées. D'autres seront contraints de licencier des journalistes alors même que près de la moitié des effectifs de journalistes américains de presse locale a déjà été supprimée depuis le début des années 2000. La presse magazine est également touchée : le 14 mai 2020, Condé Nast annonçait supprimer 100 postes sur les 2 700 que compte le groupe aux États-Unis. Les difficultés s'étendent aussi aux pure players qui, malgré des audiences en hausse, sont confrontés à la disparition des annonceurs. BuzzFeed a ainsi annoncé la mise en vente de ses éditions allemande et brésilienne qui seront fermées si elles ne trouvent pas preneur, le titre recourant au chômage partiel depuis le 13 mai 2020 en Australie et au Royaume-Uni. Cette décision pourrait annoncer la fermeture de ces deux autres agences étrangères, dans l'aire anglo-saxonne cette fois-ci. Le 14 mai 2020, Quartz annonçait de son côté licencier 40% de ses salariés (80 personnes) et le lendemain Vice Media licencierait 55 personnes aux États-Unis et 100 personnes dans ses bureaux à l'international, soit 5% du total de son effectif salarié.

Face à cette hécatombe, [certains journaux optent pour un modèle non lucratif afin de moins dépendre des recettes publicitaires](#). Dans la presse locale, c'est le choix fait par le *Salt Lake Tribune* qui s'est transformé, en novembre 2019, en association à but non lucratif et compte désormais sur des donations pour

se financer, les fondations étant actives aux États-Unis et permettent d'espérer des ressources plus pérennes. Il rejoint ainsi les « historiques » des médias, l'agence Associated Press, la radio NPR ou encore le *Christian Science Monitor*. Reste à savoir si le recours aux dons ne finira pas, lui aussi, par rencontrer ses limites à mesure que le nombre de journaux à but non lucratif augmentera.

De l'autre côté du Pacifique, [la même logique de réduction des coûts a conduit à la disparition de l'agence de presse australienne](#), après la fermeture de son homologue néo-zélandaise en 2011. L'Australian Associated Press (AAP) a été sacrifiée par les médias de l'île-continent qui, par leurs abonnements, contribuaient depuis toujours à son financement. Parce qu'elles ne proposent pas une information approfondie mais offrent beaucoup d'images de terrain, de nombreuses chaînes de télévision ont renoncé à leur abonnement pour faire des économies, considérant qu'il est possible de trouver l'information facilement et gratuitement sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Restait alors la presse qui codétient l'AAP, les deux principaux actionnaires de l'agence étant les groupes de presse Nine Network et News Corp., avec respectivement 44,7% du capital chacun. Fragilisé, Nine Network a procédé à une revue stratégique de ses coûts et décidé de supprimer son abonnement à l'AAP, soit 9 millions d'euros par an. Avec cette décision, l'AAP redevenait assurément déficitaire, ce qui a conduit News Corp. à acter la fermeture de l'agence de presse, faute de pouvoir assumer les conséquences du retrait de son partenaire.

Pourtant, l'AAP était rentable. Elle avait déjà procédé à un plan de réduction de ses coûts, avec la suppression de 10% de ses effectifs en 2018, ce qui lui avait permis de dégager de nouveau un bénéfice en 2019. Le départ de Nine Network aura été mortel bien que l'AAP ait de nouveaux clients, l'agence faisant partie des groupes qui produisent du *fact checking* (vérification des faits) pour Facebook. Sa fermeture est annoncée pour le 26 juin 2020, plus de 80 ans après sa fondation, en 1935, par le père de Rupert Murdoch. 180 journalistes et 200 photographes seront licenciés, certains devant être repris

dans les rédactions des groupes des deux principaux actionnaires.

Au-delà de ces conséquences sociales, [la fermeture de l'AAP est l'indication d'une plus faible vitalité démocratique en Australie](#), où un sauvetage n'a pas pu être mis en place. Or les agences de presse, en mutualisant les coûts pour aller collecter les faits sur le plus grand nombre possible de terrains, contribuent à alimenter les rédactions, notamment locales, qui seront désormais contraintes de s'en remettre aux moteurs de recherche. Mais ces derniers ne font que référencer l'information publiée. [Sans dépêches, donc, pas de nouvelles d'ailleurs, ou en tout cas beaucoup moins et avec l'obligation de se constituer une revue de presse qui pourra être partisane, incomplète et tronquée](#). C'est ce qu'a rappelé amèrement le directeur de l'AAP, cité par *Le Figaro*: « *Ce qui est terrible dans le sort de l'AAP est que nous sommes un organe d'information neutre. Nous ne faisons que couvrir et relayer les faits.* » Cette neutralité n'est pas celle des politiques et des médias d'opinion, ainsi l'ex-Premier ministre travailliste australien s'est-il désolé de la disparition de l'AAP tout en reprochant à News Corp de contribuer à propager des « *faits alternatifs* » avec ses médias.

De son côté, l'actuel gouvernement libéral s'attache à sauver l'information en trouvant les moyens de financer les entreprises qui la produisent. Après la sortie d'un rapport sans concession de l'autorité australienne de la concurrence en décembre 2018, qui dénonçait les tendances déflationnistes favorisées par les plateformes sur le marché publicitaire en ligne (voir *La rem* n°50-51), le gouvernement a demandé à Google et à Facebook de trouver avec la presse un *modus vivendi* sur le partage de leurs revenus publicitaires quand ils référencent ou affichent des articles de presse. En effet, les deux plateformes captent l'essentiel de la ressource publicitaire en ligne en Australie, 47% pour Google et 24% pour Facebook, alors que les journaux sont exsangues malgré leurs bonnes audiences sur internet. Un accord n'a pas pu être trouvé. Le 20 avril 2020, le gouvernement australien a donc annoncé qu'il rendrait [obligatoire la rémunération des éditeurs pour la diffusion d'articles par les plateformes](#). Ces dernières

ont toutefois jusqu'en juillet 2020 pour trouver un accord avec la presse sur un code de bonne conduite, lequel pourrait permettre au gouvernement australien de revenir sur ses projets.

AJ

Sources :

- « Un nouveau groupe de presse américain en faillite », Nicolas Rauline, *Les Echos*, 14 février 2020.
- « La pandémie menace les journaux américains », Nicolas Rauline, *Les Echos*, 10 avril 2020.
- « L'agence de presse australienne AAP met la clé sous

la porte », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 4 mars 2020.

- « L'Australian Associated Press va disparaître après 85 ans », Grégory Plesse, *Les Echos*, 4 mars 2020.
- « La presse américaine souffre de la pandémie », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 16 avril 2020.
- « En Australie, Google et Facebook devront payer pour diffuser des articles », Grégory Plesse, *Les Echos*, 21 avril 2020.
- « Les médias américains font le pari de la philanthropie », Anaïs Moutot, *Les Echos*, 5 mai 2020.
- « Les pure players américains contraints de licencier », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 19 mai 2020.
- « Vague de licenciements dans la presse anglo-saxonne », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 18 mai 2020.

Sprint & T-Mobile : la dernière des fusions ?

Menacée par une plainte de treize États démocrates, la fusion Sprint & T-Mobile a finalement été validée par le tribunal fédéral de New York. Mais les arguments ne manquent pas pour repenser l'antitrust même s'ils mobilisent des visions opposées de la nature des marchés.

Autorisée en mai 2019 par la Federal Communications Commission (FCC) et en juillet 2019 par le Department of Justice (DoJ) (voir *La rem* n°52, p.66), la fusion Sprint & T-Mobile faisait encore l'objet d'un dernier procès, intenté par treize États américains. L'initiative est rare, surtout quand la fusion est défendue au niveau de l'administration fédérale. Mais, en pleine campagne pour les primaires, **les démocrates ont souhaité inscrire à l'agenda la question des oligopoles et des risques qu'ils peuvent faire courir à l'économie**. Ainsi, les treize États américains qui ont contesté la fusion Sprint & T-Mobile étaient tous représentés par des

procureurs généraux démocrates. D'autres initiatives du même type ont d'ailleurs été lancées contre les Gafa dont le démantèlement était à l'agenda de certains des candidats démocrates aux primaires. Cependant, le 11 février 2020, le tribunal fédéral de New York a jugé que l'opération « *n'est vraisemblablement pas susceptible de réduire significativement la concurrence* », une procédure en appel restant possible.

Le jugement du tribunal fédéral de New York est important à plus d'un titre. D'abord, il ne crée pas un précédent qui autoriserait les États à bloquer des décisions prises au niveau fédéral. Ensuite, il acte la complexité des décisions de l'antitrust et **la difficulté d'une lecture évidente du droit de la concurrence aujourd'hui**. Longtemps, la fusion Sprint & T-Mobile a été improbable. Les deux opérateurs y avaient renoncé une première fois en 2014 devant les risques juridiques et le rachat de T-Mobile par AT&T avait été tout simplement refusé en 2011. Aujourd'hui la fusion est autorisée au nom d'une lecture du droit de la concurrence qui a évolué. Certes, **la fusion ne limite pas le nombre d'opérateurs: Sprint et T-Mobile fusionnent mais des actifs sont cédés** à l'opérateur satellitaire Dish qui va faire son entrée sur le marché du mobile en récupérant 9 millions d'abonnés. Reste

que le nouvel entrant sera cantonné à un marché de niche puisque les trois premiers acteurs de la téléphonie mobile aux États-Unis sont désormais installés dans un solide oligopole : Verizon compte 90 millions d'abonnés mobiles, AT&T 75 millions et le nouvel ensemble Sprint & T-Mobile en comptera 80 millions. Mais, et c'est là le [paradoxe par rapport aux lectures classiques du droit de la concurrence, la baisse des prix pour les abonnés a été conditionnée à la possibilité de fusion](#) : sans les économies d'échelle qu'elle va autoriser, les engagements pris par les opérateurs fusionnés n'auraient pas pu être tenus, notamment le lancement d'abonnements bon marché à 15 dollars par mois et la couverture du territoire américain en 5G en trois ans (six ans pour les zones les plus reculées). En effet, [dans les télécommunications, les coûts fixes sont importants et la taille permet de baisser le prix des forfaits en autorisant leur amortissement plus rapide et des économies d'échelle](#).

Un autre argument peut être invoqué, même s'il ne relève pas du droit de la concurrence, à savoir la nécessité de donner des marges de manœuvre aux opérateurs américains pour déployer la 5G, alors que la Chine cherche à s'imposer sur ce segment partout ailleurs dans le monde (voir *La rem* n°49, p.101). La fusion Sprint & T-Mobile serait-elle donc la dernière des fusions ou alors la première d'une longue série ?

L'enjeu sera la nouvelle lecture qu'il faudra faire du droit de la concurrence. [Les oligopoles sont-ils désormais le meilleur moyen de favoriser des tendances déflationnistes](#), donc favorisent-ils les consommateurs en contribuant à la baisse des prix ? Le même discours a été tenu à l'égard des Gafa sur les marchés publicitaires (voir *supra* l'Australie). [Cette baisse des prix liée à une limitation de la concurrence n'a-t-elle pas un coût caché ?](#) C'est tout l'argumentaire, notamment, de Bernie Sanders lors de sa campagne pour les primaires démocrates. Dénonçant l'École de Chicago et sa vision libérale de l'économie, Bernie Sanders a plaidé pour un retour du droit de la concurrence aux États-Unis, inspiré des politiques dites antitrust permises par le Sherman Act de 1890. [Classiquement, la concurrence doit en effet provoquer une baisse des prix et éviter la constitution de monopoles susceptibles d'imposer des tarifs élevés](#). Elle doit également

favoriser l'innovation, un moyen de se démarquer de ses concurrents autrement que par la différence tarifaire, donc le seul moyen de véritablement maintenir ses marges pour une entreprise. Mais la concurrence a aussi des vertus sociales. Elle permet aux plus petits, aux plus innovants, d'espérer s'imposer sur le marché. Elle multiplie le nombre d'entreprises, donc les possibilités de recrutement, interdisant aussi un monopole sur les embauches qui permet de tirer vers le bas le montant des salaires versés.

Cette lecture du droit de la concurrence doit toutefois être nuancée. En effet, si l'innovation est le seul véritable moyen de maintenir ses marges, il est au préalable admis la nécessité pour chaque entreprise de réduire au maximum ses coûts de production. La concurrence sur les prix a conduit à la délocalisation massive des centres de production dans les pays à bas coût de main-d'œuvre, à l'instar de la Chine qui devient désormais un compétiteur dont les visées stratégiques excèdent de loin le seul enjeu économique. De ce point de vue, [la concurrence doit être repensée dans le cadre de la mondialisation du marché du travail avec toutes les possibilités de dumping social qu'elle autorise](#). Sinon, sa lecture classique, pensée dans un cadre national ou entre marchés aux standards identiques, doit s'accompagner de procédures d'exclusion des concurrences extranationales considérées comme relevant d'une forme de dumping (social, fiscal, écologique, etc.). Mais la hausse des prix devient alors inévitable dans les pays où les normes sociales, sanitaires etc. sont élevées. Enfin, [la question des monopoles doit aussi se penser dans un cadre géopolitique](#) où fragiliser les champions nationaux conduit à favoriser les groupes étrangers non contraints, dans leur pays d'origine, par une politique antitrust sévère.

Enfin, [la question du travail doit être également revue dans le cadre des monopoles et de leurs effets possibles](#). En effet, le droit de la concurrence a été imaginé dans le contexte d'une économie industrielle fordiste où le besoin en main-d'œuvre est corrélé à l'augmentation de la production et du chiffre d'affaires. Qu'il s'agisse d'un opérateur télécoms, des serveurs ou des bases de données des Gafam, les coûts fixes sont dominants et la hausse du nombre de clients ou d'utilisateurs est le moyen de générer des marges importantes à qualité de

service comparable, voire même de proposer un meilleur service en cas d'effet réseau. En revanche, cette hausse du nombre de clients ou d'utilisateurs n'entraîne pas une hausse mécanique du nombre de réseaux ou de serveurs : elle favorise d'abord une utilisation plus optimale du parc existant. Dès lors, elle n'engendre pas mécaniquement une hausse des recrutements. Elle peut toutefois provoquer une hausse de la masse salariale, mais au profit de quelques-uns, ceux à même, justement, de garantir la performance technique du dispositif (les ingénieurs) et sa performance commerciale (les spécialistes du marketing).

AJ

Sources :

- « La fusion entre Sprint et T-Mobile devant les tribunaux », Nicolas Rauline, *Les Echos*, 10 décembre 2019.
- « Feu vert pour la création d'un géant américain du mobile », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 12 février 2020.
- « La fusion Sprint - T-Mobile sur de bons rails », Véronique Le Billon, *Les Echos*, 12 février 2020.
- « Bernie Sanders : le retour aux origines de l'antitrust américain », point de vue d'Emmanuel Combe, vice-président de l'Autorité de la concurrence, *Les Echos*, 7 mars 2020.

LES ACTEURS GLOBAUX

PragerU : les plateformes sont-elles libres de modérer les contenus postés par leurs utilisateurs ?

« *Don't let the mask become a muzzle.* » (Ne laissez pas le masque devenir une muselière). Publiée sur Twitter le 20 mai dernier, la phrase est illustrée par le célèbre Gadsden Flag américain, si ce n'est que le serpent y est affublé d'un masque chirurgical, ce qui fait bien sûr référence à la crise sanitaire liée au coronavirus. Fidèle à ce symbole des mouvements conservateurs, l'auteur du tweet entend rappeler que la lutte contre l'épidémie ne saurait se faire au détriment des libertés constitutionnelles, à commencer par la liberté d'expression.

C'est exactement ainsi que l'on peut résumer la ligne éditoriale développée par Prager University (PragerU), qui est à l'origine de ce tweet. Association américaine de « réinformation », PragerU dispose depuis plusieurs années d'une chaîne YouTube où sont régulièrement postées toutes sortes de vidéos commentant l'actualité, et tendant à rétablir un traitement prétendument « objectif » de celle-ci. À ce titre, la chaîne constitue un bel exemple de canal alternatif d'information, où sont davantage entretenues la méfiance envers les médias *mainstream* et la déconstruction systématique des débats d'intérêt général au nom du relativisme. Ces canaux participent eux-mêmes de l'écosystème global de la manipulation de l'information¹, quand bien même ils s'appuieraient sur des faits authentiques et vérifiés.

Nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux, et plus particulièrement de citoyens américains, ont tendance à se réfugier dans ces médias alternatifs, tels que PragerU². Confortés dans leurs idées, ils pourraient

même se « radicaliser » en évoluant vers des mouvements proches des milieux conservateurs, tels que ceux de l'*alt-right* américaine, car ceux-ci entretiennent des rhétoriques similaires. [L'existence de ces canaux d'information tient également à la conception américaine de la liberté d'expression, telle qu'elle est consacrée par le premier amendement de la Constitution.](#) Au nom du libre marché des idées³, la diffusion de contenus alternatifs peut être considérée comme un bon moyen de provoquer le débat sur des questions d'intérêt général, ne serait-ce que pour les réfuter ou les critiquer. C'est justement sur ce fondement que s'appuient les organisations telles que PragerU pour contester toute velléité de censure de la part du gouvernement américain... mais aussi des entreprises privées dont ils utilisent les services.

Tel est l'objet du litige qui a opposé l'association à l'entreprise Google, et qui s'est soldé devant la cour d'appel du neuvième circuit le 26 février 2020⁴. La cour a confirmé la liberté des plateformes de modérer les contenus postés par les utilisateurs, estimant qu'elle ne contrevenait pas au premier amendement de la Constitution... mais cette liberté de modération pourrait finalement être bridée par le décret signé par le président des États-Unis le 28 mai 2020.

La libre modération par les plateformes de leurs espaces d'expression

Précisément, l'association PragerU reprochait à Google [une violation du premier amendement de la Constitution](#), au niveau des conditions générales d'utilisation du service YouTube.

Plusieurs vidéos diffusées sur la chaîne de l'association ont été reclassées en *restricted mode* (mode restreint). Cela a pour effet de les rendre indisponibles à l'égard des utilisateurs ayant activé cette fonctionnalité, pour des raisons tenant au sujet des vidéos. Sont notamment concernées celles qui comportent une évocation de la sexualité, de la consommation de drogues ou d'alcool, des contenus violents, ou qui sont relatives à des faits de terrorisme, de guerre, de criminalité ou de conflits géopolitiques. Selon les éléments fournis devant les juges, environ 1,5 à 2 % des utilisateurs américains de YouTube utiliseraient

cette fonction. Le classement des vidéos est effectué soit de manière automatique, à l'aide d'un algorithme, soit de façon manuelle, en fonction des signalements. Quoi qu'il en soit, cela n'a pas pour effet de faire disparaître les contenus mais seulement d'en restreindre la visibilité afin de préserver les sensibilités des utilisateurs. PragerU avait ainsi contesté ce classement devant YouTube, qui avait également démonétisé certains contenus. Si la plateforme a accepté de revenir sur sa décision à l'égard de plusieurs vidéos, un certain nombre d'entre elles sont malgré tout restées en mode restreint. S'estimant victime de la « *tyrannie des technologies* », l'association saisit la cour du district nord de Californie afin de voir ordonner à YouTube la déclassification des contenus de la chaîne. Cette demande ayant été rejetée, c'est devant la cour d'appel du neuvième circuit que l'affaire a ensuite été portée.

La cour d'appel va confirmer cette première décision, en rappelant que la modération ainsi effectuée n'est pas incompatible avec le respect du premier amendement de la Constitution. Selon les juges, le fait que les services de Google, et en particulier la plateforme YouTube, soient déployés dans le monde entier et accessibles à un public très nombreux n'a pas pour effet d'en faire des « *forums publics* ». En effet, [la fourniture d'un espace d'expression au public ne constitue pas une prérogative exclusive des pouvoirs publics.](#) Dès lors, il ne s'agit ni plus ni moins que de services privés offrant leurs espaces à d'autres personnes privées, et non de services publics, pour lesquels l'interdit posé par le premier amendement serait applicable⁵. Si celui-ci préserve de toute censure de la part du gouvernement dans les « *espaces* » publics de communication, il n'en va pas de même à l'égard des « *espaces* » privés ouverts au public. L'entreprise qui prête ou loue ses espaces à des fins de communication est libre de définir une ligne éditoriale spécifique ou des conditions de modération lui permettant d'exclure ou de classer les contenus.

La cour d'appel s'appuie à ce titre sur la décision emblématique de la Cour suprême rendue le 17 juin 2019 dans l'affaire *Manhattan Community Access Corp. v. Halleck*⁶, qui avait rappelé cette limitation de

l'effet horizontal du premier amendement en matière audiovisuelle (les faits étaient relatifs à la déprogrammation d'une séquence par une chaîne de télévision communautaire en raison de propos jugés outranciers). La même solution s'impose à l'égard d'un service de communication en ligne. Quand bien même celui-ci se limiterait principalement à une fonction d'hébergement, il lui est possible d'intervenir sur le référencement et la visibilité des contenus pour toutes sortes de raisons comme le respect de la sensibilité des utilisateurs. Et il importe peu à cet égard que la plateforme YouTube se soit elle-même présentée comme une « *place publique* » neutre dédiée à l'exercice de la liberté d'expression.

Si l'accès à de tels espaces relève bien d'un droit constitutionnel et se doit d'être le plus large possible⁷, les entreprises privées qui en sont à l'origine sont donc libres d'en modérer les contenus.

La nécessaire « canalisation » des contenus à l'ère de la manipulation de l'information

La solution ainsi rendue par la cour d'appel présente un double intérêt. Tout d'abord, elle intervient à point nommé au titre de la lutte contre la manipulation de l'information. Au-delà de la liberté d'expression, la visibilité des canaux de « réinformation » doit beaucoup au développement des services de communication en ligne, et plus particulièrement des services d'hébergement tels que les réseaux sociaux et les plateformes de contenus. [Ceux-ci ont en effet contribué à décloisonner toutes les sources d'information en leur conférant une parfaite égalité d'accès sans égard pour la qualité et l'honnêteté des contenus qu'elles diffusent.](#)

Les mouvements complotistes, et plus généralement les services pratiquant la manipulation de l'information à grande échelle, ont ainsi trouvé une audience potentielle similaire à celles des services classiques de presse écrite ou audiovisuels. Du reste, celle-ci serait accrue par l'utilisation de méthodes de référencement permettant de faire remonter artificiellement les contenus, mais dont l'impact ne doit pas être négligé. Il importait donc de rappeler le rôle que peuvent jouer les opérateurs de plateformes et les réseaux sociaux à ce niveau,

puisque'ils sont à même d'intervenir sur les contenus profitant de leurs espaces.

Par ailleurs, ce rôle doit plus consister en une « canalisation » des contenus qu'en une véritable censure, comme cela était le cas en l'espèce. Si une analogie peut être faite avec les services de médias audiovisuels, c'est bien parce que ceux-ci sont historiquement caractérisés par leur capacité à définir une ligne éditoriale propre, pour ce qui concerne tant le fond que la forme des programmes qu'ils diffusent. De là en découle le libre choix des téléspectateurs et auditeurs entre des services de tendances et de caractères différents, chacun pouvant exclure les contenus contraires à sa ligne éditoriale.

Si l'on ne saurait exiger le même travail d'éditorialisation des services de plateformes et des réseaux sociaux, il importe que ceux-ci contribuent à hiérarchiser et classer les contenus qu'ils stockent en fonction de critères tenant à la qualité ou à l'honnêteté de l'information, mais aussi au regard des risques qu'ils présentent pour la sensibilité des utilisateurs. [Ceux-ci doivent ainsi disposer d'un « accès » éclairé, ce qui présuppose la délivrance préalable de certaines indications et/ou le classement des contenus.](#) À ce titre, l'indication du caractère choquant de certaines vidéos participe de cette information de l'utilisateur et peut justifier la désactivation de celles auxquelles il ne souhaite pas être exposé. Cela se justifie d'autant plus que les vidéos postées par PragerU portent sur des sujets d'intérêt général. Un internaute ignorant le contenu de la vidéo serait tenté de cliquer sur celle-ci afin de s'informer. Comme dans le cas d'espèce, l'activation de la fonction mode restreint n'entraîne pas le retrait pur et simple des vidéos, puisque celles-ci ne tombaient pas sous le coup d'une interdiction de diffusion ou d'une infraction, mais elle préserve seulement les utilisateurs les plus sensibles.

Malgré le différentiel de régulation qui distingue les services de médias audiovisuels et les services de communication en ligne, il importe que ceux-ci garantissent un choix libre et objectif de leurs utilisateurs entre des contenus de tendances et de caractères différents. C'est là le meilleur moyen de les préserver de la manipulation de l'information.

L'incertitude sur les critères de « canalisation » mis en œuvre par YouTube

Si elle n'est pas dénuée d'intérêt dans le contexte actuel, la décision suscite malgré tout le doute quant aux moyens qui peuvent être employés à cette fin.

D'ailleurs, cette solution évite à la cour d'appel de prendre position sur ce qui constituait certainement le cœur du litige : sur la base de quels critères (objectifs) la plateforme YouTube peut-elle classer une vidéo en mode restreint? *La question est essentielle alors que cette classification ne porte pas sur des contenus qui tombent sous le coup d'une infraction et pour lesquels le retrait peut se justifier.* On rappellera par ailleurs que ce classement peut être effectué de manière automatique à l'aide d'un algorithme analysant le contenu. Surtout, la question se posait particulièrement pour les vidéos postées par PragerU. Si la chaîne de l'association est effectivement connue pour sa rhétorique et son orientation politique, il ne semble pas qu'elle ait diffusé des propos incitant à des comportements dangereux ou à la violence, ni accompagné ceux-ci d'images qui puissent choquer certains publics. Le fait d'évoquer des sujets de société sensibles doit-il dès lors être considéré comme potentiellement choquant? La diffusion d'informations ou d'idées qui « *heurtent, choquent ou inquiètent l'État ou une fraction quelconque de la population* »⁸ ne relève-t-elle pas de l'essence même de la liberté d'expression ?

De la même manière que pour la distinction entre les « vraies » et les « fausses » informations, la classification des contenus « choquants » peut paraître bien difficile et arbitraire, dès lors qu'elle touche à des aspects qui sont plus d'ordre moral et éthique que juridique. Si les récepteurs doivent disposer d'un libre choix entre plusieurs contenus, on ne doit pas oublier que les émetteurs d'idées et d'informations doivent eux aussi bénéficier d'une visibilité suffisante pour atteindre le public. *Les choix effectués par YouTube ne sont donc pas neutres au regard de la liberté d'expression.* Cela interroge sur la portée des pouvoirs qui sont ainsi conférés à des entreprises privées pour réguler elles-mêmes leurs espaces d'expression, ce d'autant plus que

leur utilisation est devenue incontournable dans l'environnement numérique actuel. La question se pose plus généralement au titre de la lutte contre la manipulation de l'information et contre les atteintes aux droits d'auteur. Le constat doit malgré tout être relativisé au regard de la diversité des services de communication au public en ligne. S'agissant de PragerU, on signalera que l'association dispose également d'un site web où toutes ses vidéos sont disponibles en libre accès, y compris celles que YouTube a classées en mode restreint (elles y disposent même d'une page spécialement dédiée!)⁹. Les choses pourraient néanmoins changer plus vite que prévu avec la récente intervention du pouvoir exécutif dans le débat.

Le décret du 28 mai 2020 : fin de la libre modération ?

Ce débat sur la libre modération des plateformes allait finalement rebondir quelques semaines plus tard, en étant soulevé par le président des États-Unis en personne.

Le sujet est d'autant plus sensible pour Donald Trump qu'il est lui-même un utilisateur actif du réseau Twitter, où il ne manque pas de s'exprimer sur toutes sortes de sujets en sa qualité de président. Pour cette raison, son compte a aussi été qualifié de « *place publique* » ouverte à tout citoyen américain, ce qui interdit à son titulaire de faire usage de la fonctionnalité de blocage¹⁰.

Cette fois-ci, le réseau social s'est attiré les foudres de Donald Trump à la suite du signalement de certains de ses tweets. Ceux-ci étaient relatifs au vote par correspondance que l'État de Californie entend mettre en place dans le cadre des mesures sanitaires liées à l'épidémie de Covid-19 ; le président a estimé qu'un tel vote serait « *substantiellement frauduleux* » et s'en est également pris au gouverneur de Californie. Twitter a signalé ces contenus comme « *trompeurs* » et a ajouté une mention de « *fact checking* » invitant les lecteurs à consulter des articles de presse pour obtenir des informations objectives et vérifiées. Si Twitter agit de la sorte pour la première fois à l'égard du président des États-Unis, nous rappellerons

qu'il a déjà pu retirer des tweets des présidents brésilien et vénézuélien Jair Bolsonaro et Nicolás Maduro, le premier pour avoir remis en cause les mesures de confinement dans le cadre de la crise sanitaire¹¹, et le second pour avoir suggéré d'utiliser des remèdes naturels contre le Covid-19¹².

Si ces contenus peuvent évidemment apparaître comme « trompeurs », **une mesure aussi radicale que le retrait démontre encore l'importance des pouvoirs acquis par Twitter, qui se trouve à même de censurer la parole émise par des autorités publiques, et plus particulièrement de chefs d'État.** Celle-ci devrait pouvoir être le plus largement consultée pour être mieux débattue et critiquée. Aussi, le signalement des tweets de Donald Trump apparaît être une mesure beaucoup plus souple et respectueuse de la liberté d'expression, tant du point de vue de l'émetteur que de celui des récepteurs de ces contenus. Elle participe bien de la « canalisation » que nous avons évoquée plus tôt et ne peut qu'encourager les lecteurs à recouper leurs sources s'agissant d'un débat public.

Toutefois, le président américain a accusé les réseaux sociaux de vouloir interférer dans la campagne présidentielle en censurant les opinions conservatrices. L'argumentaire rappelle évidemment celui qui est employé par PragerU, qui accuse les plateformes et les réseaux sociaux d'être excessivement rigoureux à l'égard de certains courants politiques. Après avoir annoncé sa volonté de « régler », voire de « fermer », les réseaux sociaux en cas de récurrence, Donald Trump a finalement signé un décret le 28 mai 2020 tendant à restreindre les cas dans lesquels ils peuvent modérer des contenus. Dans son discours préalable à la signature¹³, **le président a dénoncé le pouvoir acquis par les plateformes et les réseaux sociaux sur l'exercice de la liberté d'expression.** Selon lui, ces (quelques) entreprises sont à même de censurer, limiter ou déformer tout contenu et toute opinion portant sur un sujet d'intérêt général dans une mesure inégalée jusqu'à présent. Surtout, le président dénonce la prétendue neutralité des plateformes qui, sous couvert de modération, prennent en vérité des décisions éditoriales, y compris dans le choix des contenus qu'elles renvoient au *fact checking*. Ce choix serait marqué par des biais politiques évidents.

Aussi, le décret censé « *prévenir la censure en ligne* » a pour principal objet de limiter le régime d'irresponsabilité dont bénéficiaient les plateformes et réseaux sociaux sur la base du paragraphe 230.c) du Communications Decency Act de 1996¹⁴. Celui-ci dispose que les fournisseurs de services interactifs ne sauraient être tenus responsables des contenus postés par leurs utilisateurs (1), dans des termes qui rappellent en France ceux de l'article 6 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004. Le paragraphe 230 précité ajoute que la responsabilité civile de ces services ne saurait non plus être engagée du seul fait qu'ils aient retiré ceux de ces contenus qui présentent un caractère pornographique, indécent, grossier ou excessivement violent, présentant un risque pour les mineurs (2). Désormais, selon le nouveau décret, toute modération d'un contenu ne relevant pas « *objectivement* » de l'une de ces catégories devra être considérée comme un choix éditorial échappant à ce « *bouclier* » d'irresponsabilité. **Tel sera le cas particulièrement des contenus relatifs à des sujets de nature politique, les plateformes ne pouvant plus tirer argument de leurs conditions générales d'utilisation pour passer outre cette nouvelle disposition.**

Le décret charge également la Federal Trade Commission et le procureur général des États-Unis de son application et de l'évaluation des moyens propres à en garantir le respect, notamment au niveau des plaintes qui pourront à l'avenir être déposées par des utilisateurs.

Une mauvaise réponse à un vrai problème

Si le texte s'attaque au problème crucial que pose la modération des contenus, à savoir la nature et la légitimité des critères utilisés par les plateformes, il n'est pas sûr pour autant qu'il constitue la solution la plus adaptée¹⁵.

Tout d'abord, le décret s'appuie sur une mauvaise lecture du paragraphe 230 du Communications Decency Act, puisqu'il lie les deux régimes d'irresponsabilité, alors que ceux-ci étaient originellement distincts¹⁶. Cela implique des effets paradoxaux et contre-productifs, car les plateformes seraient responsables non seulement de leurs propres décisions de

modération (ce qui semble avoir été l'intention initiale de Donald Trump) mais aussi des contenus postés par les utilisateurs hors ceux qui restent couverts par le paragraphe 230. **La conséquence est prévisible: les plateformes seront tentées de réguler leurs espaces d'expression encore plus strictement pour ne pas être tenues responsables des contenus choquants ou diffamatoires qu'elles auraient hébergés.** Le risque est grand en matière de débat politique, qui peut très vite dégénérer. Le décret est d'autant plus paradoxal à ce niveau que le président Donald Trump a été le principal bénéficiaire du régime d'irresponsabilité pendant des années! Comme l'ont relevé certains commentateurs, les réseaux sociaux ne prendront plus le risque d'héberger ses propres « mensonges, diffamations et menaces »¹⁷. Aussi, il n'est pas sûr qu'un tel décret puisse survivre au premier amendement de la Constitution en cas de recours devant une juridiction fédérale, le régime d'irresponsabilité des plateformes contribuant grandement à l'exercice de la liberté d'expression par des moyens de communication en ligne.

Si certains estiment que le décret est avant tout un coup politique de Donald Trump, qui cherche surtout à conserver les faveurs de Facebook¹⁸, il crée cependant une certaine insécurité pour l'ensemble des opérateurs de plateformes et de réseaux sociaux, qui sont exposés aux poursuites de leurs utilisateurs mécontents comme PragerU. À voir comment les juridictions pourront jouer leur rôle de contre-pouvoir...

PM

Sources:

- 1 « Les "fausses nouvelles", éléments d'un écosystème médiatique alternatif? », G. Latzko-Toth, in F. Sauvageau, S. Thibault et P. Trudel [Dir.], *Les fausses nouvelles – Nouveaux visages, nouveaux défis*, PUL, 2018, p. 56-58.
- 2 « Searching for Alternative Facts: Analyzing Scriptural Inference in Conservative News Practices », F. Tripodi, *Data & Society - PhD 2017, Sociology, University of Virginia*, 64 p. (voir p. 35 et s., pour le cas de PragerU).

- 3 « Approches européenne et américaine de la liberté d'expression dans la société de l'information », L. Pech, CCE, juillet 2004, p. 13-19.
- 4 United States Court of Appeals for the Ninth Circuit, *Prager University v. Google LLC, FKA Google Inc.; Youtube LLC*, no. 18-15712, February 26, 2020.
- 5 « Social Media and Censorship: Rethinking State Action Once Again », M. Patty, *Mitchell Hamline L. J. Pub. Pol'y & Prac.*, vol. 40, Spring 2019, p. 99-136.
- 6 Supreme Court of the United States, *Manhattan Community Access Corp. v. Halleck*, no 17-1702, 587 U.S. (2019), June 17, 2019.
- 7 Supreme Court of the United States, *Packingham v. North Carolina*, 582 U.S. 2017), June 19, 2017.
- 8 Selon la formule employée par la Cour européenne des droits de l'homme dans son célèbre arrêt du 7 décembre 1976, *Handyside c./ Royaume-Uni*, no 5493/72 (§ 49).
- 9 <https://www.prageru.com/>
- 10 United States District Court for the Southern District of New York, *Knight First Amendment Inst. at Columbia Univ. v. Trump*, n° 1: 17-cv-5205 (S.D.N.Y.), no 18-1691 (2d Cir.), May 23, 2018.
- 11 « Coronavirus: Twitter supprime deux tweets de Bolsonaro remettant en cause le confinement », avec l'AFP, *Le Monde*, 30 mars 2020.
- 12 « Nicolás Maduro conseille des "remèdes naturels" pour se prémunir du coronavirus, son tweet est supprimé », X. Demagny, France Inter, 24 mars 2020.
- 13 « Remarks by President Trump Announcing an Executive Order on Preventing Online Censorship », White House, May 28, 2020.
- 14 Executive Order on Preventing Online Censorship, May 28, 2020.
- 15 « Dangers of Trump's Executive order Explained », D. Greene et C. McSherry, *Electronic Frontier Foundation*, May 31, 2020.
- 16 « Trump Executive Order Misreads Key Law Promoting Free Expression Online and Violates the First Amendment », D. Greene et A. Mackey, *Electronic Frontier Foundation*, May 28, 2020.
- 17 « Trump's Order on Social Media Could Harm One Person in Particular: Donald Trump », P. Baker et D. Wakabayashi, *New York Times*, May 28, 2020.
- 18 « Trump Is Doing All of This for Zuckerberg », Z. Tufekci, *The Atlantic*, May 29, 2020.

Huawei imagine l'après-Google

S'il parvient à proposer une version dérivée d'Android, Huawei ne peut pas offrir directement à ses acheteurs non chinois les applications américaines qu'ils apprécient tant. Pour l'instant, le groupe met en place des solutions de contournement de l'interdiction tout en espérant faire émerger un écosystème applicatif concurrent.

Le 15 mai 2019, l'Amérique plaçait Huawei sur sa « *Entity list* », une liste noire qui interdit au groupe chinois de pouvoir travailler avec toute entreprise américaine (voir *La rem* n°52, p.96). Quatre jours plus tard, le 19 mai 2019, Google annonçait rompre toutes ses relations commerciales avec Huawei qui s'est retrouvé subitement privé de la version officielle d'Android, mais aussi du Play Store et [des applications essentielles de Google comme Gmail ou YouTube, un « must have » sur les marchés occidentaux](#) pour espérer écouler ses smartphones. Menacé sur la 5G qui a été à l'origine de sa confrontation avec les États-Unis, Huawei l'a été également sur la deuxième de ses activités à l'international, la commercialisation de smartphones. En effet, le groupe avait l'ambition de devenir le leader mondial sur ce marché dès 2019, une ambition manquée de peu avec 17% des ventes selon Strategy Analytics, juste derrière Samsung qui résiste à la première place avec 21% des ventes.

Cette ambition est toutefois de plus en plus compromise, en 2020 et au-delà. Certes, Huawei affiche une bonne résistance sur son activité « smartphones », le groupe ayant gagné 2,6% de parts de marché dans le monde en 2019. Mais cette résistance est due d'abord au comportement nationaliste des consommateurs chinois qui ont soutenu la marque au lotus rouge par leurs achats. Or le marché chinois du smartphone est saturé. La hausse des ventes de Huawei peut expliquer la faible performance de ses concurrents locaux, Xiaomi et Oppo. Ailleurs dans le monde, ne pas

disposer des applications de Google semble rédhibitoire. Ainsi, lors de la présentation de ses résultats 2019, le 31 mars 2020, Huawei a-t-il confirmé le recentrage des ventes en Chine. Alors que l'international avait représenté plus de la moitié de son chiffre d'affaires en 2018, ces activités n'en représentaient plus que 40% en 2019, les ventes stagnant en Europe et en Afrique quand elles étaient déjà très faibles en Amérique du Nord. En Asie-Pacifique, les ventes de Huawei sont même en recul sur 2019.

[Huawei doit donc inventer l'après-Google s'il doit rester demain un acteur mondial du smartphone.](#) En effet, si les activités sur les équipements 5G relèvent du *B to B* et de décisions des autorités nationales, pressées par Donald Trump de bannir le géant chinois, les activités de Huawei sur le marché du smartphone dépendent de sa capacité à convaincre les particuliers. La tâche s'avère à cet égard très délicate sauf en Chine où, les services américains étant interdits, disposer d'un smartphone sans Facebook, Twitter ou YouTube fait partie des habitudes. Ailleurs, l'expérience connectée est dégradée, quand bien même les performances technologiques des smartphones Huawei comptent parmi les plus reconnues. En effet, le groupe a su rapidement atténuer sa dépendance aux acteurs technologiques américains et fabrique ses propres puces au sein de sa filiale HiSilicon. D'ailleurs, cette résilience de Huawei a, le 15 mai 2020, conduit les États-Unis de Donald Trump à élargir aux puces fabriquées en dehors du sol américain les restrictions portant sur le recours à des technologies américaines. Cette décision va encore fragiliser l'approvisionnement de Huawei qui avait diversifié ses commandes auprès de fabricants non américains mais qui, pour leurs usines de gravure, dépendent de l'expertise américaine. Reste que des alternatives sont possibles même si la chaîne logistique de Huawei devra être repensée. En revanche, [dans le logiciel, les limites du groupe chinois sont plus visibles car la performance repose ici sur la capacité à fédérer des communautés de développeurs et d'utilisateurs.](#)

En ce qui concerne le système d'exploitation de ses nouveaux smartphones, Huawei est parvenu à limiter l'impact de son placement sur la *Entity List* américaine. En effet, [il est possible d'utiliser Android sans l'aval de](#)

Google, le code source du système d'exploitation étant disponible en open source auprès de l'Android Open Source Project (AOSP), créé à l'origine par Google (voir *La rem* n°13, p.33). La version d'Android approuvée par Google étant interdite en Chine depuis 2010, c'est un dérivé Huawei d'Android qui y est commercialisé depuis une décennie. Perfectionné, ce dérivé se retrouve désormais dans les nouveaux smartphones de Huawei, le Mate 30 Pro lancé en France le 9 décembre 2019 et le P40 lancé le 21 avril 2020. À ce propos, Huawei précise à ses clients en France que ses smartphones utilisent l'interface EMUI, le nom de l'OS dérivé d'Android que le groupe chinois commercialise désormais.

Les choses se compliquent en revanche quand il s'agit d'accéder aux services phares de Google, comme le PlayStore, son magasin d'applications, et des applications les plus plébiscitées de Google, Maps, Gmail, et YouTube pour n'en citer que les plus connues. Avec le P30 comme le P40, il faut donc se résoudre à utiliser des alternatives, disponibles sur le Huawei AppGallery, qui remplace le PlayStore, telles des applications adaptées à l'interface EMUI puisque « *les services et applications Google ne sont pas intégrés* », comme le précise Huawei sur son site web français. Certes, le groupe chinois cherche à faire émerger une alternative au PlayStore. Déjà en 2015, Huawei avait investi un milliard de dollars pour inciter les développeurs à produire des applications pour son AppGallery. Désormais, ce sont les développeurs habitués à l'AppStore et au PlayStore qu'il faut convaincre de s'initier aux briques logicielles de Huawei pour décliner demain leurs applications sur leur propre magasin. Pour ce faire, un programme de soutien aux développeurs de 1,5 milliard de dollars est venu compléter, en septembre 2019, celui déjà lancé en 2015. Fin 2019, l'AppGalery proposait toutefois moins de 50 000 applications en France et les grandes applications américaines en étaient évidemment absentes. Pour remédier à ce manque, [Huawei organise un système de contournement des interdictions américaines](#) afin de se procurer sur les smartphones Huawei, sans l'autorisation des éditeurs américains, une version de leurs applications phares. Impossibles à trouver sur la Huawei AppGallery, les applications peuvent être

récupérées par le service Huawei Phone Clone qui calque les données d'anciens smartphones pour les implémenter dans les nouveaux P30 et P40 où Google est interdit. De plus, [Huawei incite ses clients à explorer « différents stores alternatifs »](#), tutoriels à l'appui, pour obtenir quand même l'accès aux applications américaines. Le site de Huawei par exemple propose de télécharger l'application TrouvApp dans l'AppGallery qui permet ensuite de télécharger les applications américaines sans que celles-ci soient directement proposées dans l'AppGallery. La stratégie est d'ailleurs dénoncée par les premiers concernés, Google en premier lieu. Pour l'Américain, le détournement de ses applications au profit d'un écosystème qu'il ne contrôle pas est une menace à terme sur la domination de la version officielle d'Android. Là où Google propose ses services directement dans l'interface d'Android qu'il accrédite, Huawei est en revanche obligé d'utiliser des alternatives : en France, en Allemagne et en Italie, le moteur de recherche intégré aux smartphones Huawei est celui de l'éditeur Qwant. À l'évidence, [l'objectif de Huawei est de faire émerger, à terme, tout un écosystème qui remettra potentiellement en question la domination de Google et d'Apple sur le marché des smartphones](#).

En effet, Google est presque absent du marché des smartphones et s'est concentré sur les OS et les applications. Apple est positionné sur le haut de gamme dans l'équipement grâce à son OS et à son AppStore. La domination américaine passe donc d'abord par l'omniprésence des deux groupes sur le marché des OS et des applications, le vrai moyen d'imposer des habitudes aux consommateurs : [Google et Apple sont les prescripteurs de l'internet mobile](#). C'est cette position qu'attaque Huawei en cherchant à sortir par le haut du conflit qui l'oppose à l'administration américaine, à savoir passer du statut de géant du matériel électronique à celui de géant des logiciels destinés au grand public. À ce moment-là, Huawei deviendra un véritable acteur mondial de l'internet qu'il sera difficile de remplacer, ce qui est, en fait, déjà le cas, même si certains pays ont opté pour des équipements 5G européens et non chinois. Quand les usages sont installés, aucun décret, aucune loi ne peut rendre caduque une expérience de l'internet mobile.

AJ

Sources :

- « Huawei promet 1,5 milliard de dollars pour les développeurs » Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 19 septembre 2019.
- « Huawei lance en France son premier smartphone sans Google », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 10 décembre 2019.
- « Huawei dit "jouer sa survie" en 2020 », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 2 janvier 2020.
- « Smartphones : Apple et Samsung maintiennent les Chinois à distance », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 13 février 2020.
- « Huawei organise son avenir sans Google », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 25 février 2020.
- « Smartphones : Huawei montre les muscles », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 27 mars 2020.
- « Huawei s'attend à une année difficile après avoir bien résisté », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 1^{er} avril 2020.
- « Semi-conducteurs : les États-Unis resserrent l'étau sur Huawei », Raphaël Balenieri, Florian Dèbes, *Les Echos*, 18 mai 2020.

À RETENIR

Du nom de Joseph P. Overton (1960-2003), juriste et lobbyiste américain, cette expression imagée désigne le **périmètre des décisions politiques envisageables** sur un sujet déterminé ; cette « fenêtre » symbolisant les idées jugées acceptables, à un moment donné, par l'opinion publique. Selon ce concept de communication politique, il est d'autant plus aisé de faire admettre une décision que celle-ci entre dans le cadre représentatif des opinions communément admises au sein de la population.

Le concept de la fenêtre d'Overton date des années 1990. Joseph P. Overton est alors vice-président senior du Mackinac Center for Public Policy, institut aux convictions libérales installé dans le Michigan qui milite pour la dérégulation et les privatisations, notamment dans le domaine de l'éducation. Selon la théorie de Joseph Overton (qui ne fut baptisée ainsi qu'après sa mort), **le « réalisme » doit guider la politique et, par conséquent, il faut tenir compte de l'évolution des opinions dans le temps et dans l'espace.** Défendant l'intérêt de son think tank, Joseph Overton montre qu'il faut commencer par convaincre les électeurs d'introduire dans la fenêtre des décisions politiques encore exclues de cette dernière. Par la suite, les idées qui prévaudront seront celles qui seront soutenues par les politiques. « *Overton*

veut que les médias et les politiciens évoquent la libéralisation dans les médias, de manière progressive et graduelle, par étapes pour déplacer cette fenêtre imaginaire de ce qu'on peut dire en politique », explique le chercheur en sciences politiques Alex Mahoudeau sur le site de France Culture.

À la mort accidentelle de Joseph Overton en 2003, le centre Mackinac a repris sa théorie afin de faire

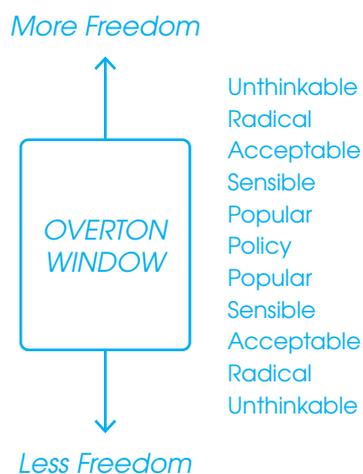
passer des idées radicales. D'une description des idées possibles, politiquement audibles, la fenêtre d'Overton est devenue une tactique, **un outil d'influence bien connu des décideurs et désormais des populistes.** Joseph Overton n'avait pourtant pas théorisé le fait de déplacer le curseur

dans la fenêtre en promouvant des idées extrêmes uniquement avec l'objectif de rendre acceptables des idées un peu moins extrêmes.

Partant du principe que les hommes politiques ne prennent généralement que des décisions en phase avec la société, c'est-à-dire « à l'intérieur de la fenêtre d'Overton », le think tank **Mackinac défend l'idée qu'il est possible de mener d'autres politiques se situant en dehors de la fenêtre d'Overton.** Et d'expliquer : « *Cette fenêtre peut à la fois se déplacer et s'étendre, augmentant ou*

Fenêtre d'Overton

réduisant le nombre d'idées que les hommes politiques peuvent soutenir sans risquer indûment leur soutien électoral. Parfois, les hommes politiques peuvent eux-mêmes faire bouger la fenêtre d'Overton en soutenant courageusement une politique qui se trouve en dehors de la fenêtre, mais cela est rare. Le plus souvent, la fenêtre se déplace sur la base d'un phénomène beaucoup plus complexe et dynamique, qu'il n'est pas facile de contrôler d'en haut : la lente évolution des valeurs et des normes sociétales. »



L'échelle de la fenêtre d'Overton, Wikipedia.org

Concernant, par exemple, la politique en matière d'éducation sont énumérées **les différentes options selon le niveau d'intervention de l'État, allant du plus faible au plus fort**. À chaque extrémité du spectre idéologique, les idées radicales énoncées sont les suivantes :

- Aucune politique gouvernementale en matière de fréquentation scolaire
- Pas d'écoles gérées par le gouvernement ni de financement public de l'éducation
- Pas de règlement sur l'enseignement à domicile
[.../...]
- Interdiction des écoles privées
- Tous les étudiants doivent fréquenter les écoles publiques
- Tous les élèves doivent fréquenter des écoles sous contrôle fédéral.

Pour les lobbyistes libéraux du centre Mackinac, la proposition d'un éventail de mesures, dont certaines sont extrêmes et donc irréalisables, ouvre la voie au soutien de la population à d'autres idées jusqu'ici impopulaires mais qui apparaissent en comparaison moins radicales. Comme l'a expliqué sur France Culture l'anthropologue, chercheuse à l'EHESS et spécialiste des populismes, Lynda Dematteo, « les populistes ont repris ce concept d'Overton pour s'en servir et légitimer leur position et pour faire accepter leurs idées. Et les gens finissent par accepter ce qui se passe parce que ce genre de discours s'est banalisé. C'est là qu'on se rend compte qu'on a déplacé le curseur du schéma d'Overton ».

Dans une chronique de l'émission *Clique* sur Canal+ en novembre 2019, Clément Viktorovitch, docteur en sciences politiques cite, comme illustration de la fenêtre d'Overton, les propos tenus quelques jours auparavant sur LCI par Julie Graziani. La chroniqueuse avait déclaré qu'une femme « smicarde », élevant seule ses enfants, est responsable de sa situation car « A-t-elle bien travaillé à l'école ? » ou « Et pourquoi a-t-elle divorcé ? »... **Clément Viktorovitch fait remarquer que « les propos de Julie Graziani ne sont pas un dérapage. Ils s'insèrent dans une stratégie : celle de l'extrême droite. Ils servent un objectif : la conquête du pouvoir ».**

« Comment faire passer une idée de la catégorie "impensable" à la catégorie "populaire" » résume Daniel Schneidermann à propos de la fenêtre d'Overton sur Arrêtsurimages.net en novembre 2019. Et de rappeler à son tour d'autres propos tenus, outrepassant eux aussi le cadre idéologique acceptable, par la chroniqueuse Zineb El Rhazoui sur la chaîne CNews, qui suggère que les policiers devraient tirer à balles réelles dans les banlieues. « C'est un sentiment d'enserrement. Comme les murs d'une pièce, qui se rapprochent. [...] Tandis que se resserrent autour de nous les murs de la monstruosité générale..., commente Daniel Schneidermann. [...] Sous nos yeux, la fenêtre s'est encore élargie. »

Les dérapages rhétoriques, à l'image de ceux du président Donald Trump, notamment sur Twitter, qui contribuent à ouvrir davantage la fenêtre d'Overton, sont de plus en plus présents dans les médias : « C'est la deuxième étape de l'ouverture de la fenêtre d'Overton. Il s'agit de faire en sorte que cela devienne acceptable d'en

parler dans les médias, même si cela reste choquant pour beaucoup de personnes », explique Lynda Dematteo sur France Culture. « Ce qui est dangereux avec ce type de discours, c'est qu'il se banalise. Les gens deviennent alors indifférents. L'extrême droite a aussi investi la sphère des réseaux sociaux, et la logique de Twitter favorise ce type de stratégie d'outrance. » Et d'ajouter: « À ce stade, les journalistes jouent donc un rôle clé dans la légitimation progressive des idées radicales. »

Alors que le monde a connu un déluge de fausses nouvelles, une « désinfodémie » (voir *supra*), en lien avec la crise sanitaire au premier semestre 2020, il est intéressant de découvrir la réponse à cette « question fréquemment posée » (ou FAQ) sur le site du centre Mackinac :

« La fenêtre d'Overton peut-elle être déplacée par des mensonges, des distorsions ou des malentendus ?

Oui, mais il est manifestement erroné de diffuser intentionnellement des informations trompeuses. La fenêtre

d'Overton reflète ce que la société croit, qui peut être aussi facilement influencée par la vérité et les faits que par des informations inexactes ou trompeuses. Même les erreurs peuvent déplacer la fenêtre. »

FL

Sources :

- « Fenêtre d'Overton », Wikipédia, <https://fr.wikipedia.org>
- « The Overton Window », Mackinac Center for Public Policy, mackinac.org
- « An Introduction to the Overton Window of Political Possibility », Joseph G. Lehman, Mackinac Center for Public Policy, mackinac.org, April 2010.
- « How the Politically Unthinkable Can Become Mainstream », Maggie Astor, *The New York Times*, nytimes.com, February 26, 2019.
- « Smicards, tirs à "balles réelles" : en direct du ventre fécond », Daniel Schneidermann, Arrêt sur images, arretsurlimages.net, 6 novembre 2019.
- « Des lobbyistes aux populistes : la fabrique de la "fenêtre d'Overton" », Camille Bichler, Actualités, franceculture.fr, 18 novembre 2019.

UN CHIFFRE OU DEUX...

1 milliard

C'est le nombre d'utilisateurs que compte l'application TikTok lancée en 2017.

Franceculture.fr, 1^{er} juin 2020.

Depuis les premières mesures de confinement aux États-Unis, le 16 mars 2020, la valeur des titres boursiers des Gafa a bondi :

Facebook + 60 %

Netflix + 46 %

Amazon + 45 %

Apple + 31 %

Source : AFP 22 mai 2020.

70 %

C'est la part des groupes américains dans la somme des revenus des 50 plus grands groupes audiovisuels du monde en 2018, contre 11 % pour les groupes européens.

Source : OEA

85 000 \$

C'est le montant de l'aide accordée par Google à des groupes de presse tels que Rossel, Le Télégramme ou La Voix du Nord, afin de soutenir les médias en période de crise sanitaire.

Source : *La Correspondance de la Presse*, 29 mai 2020.

95 %

des 45 000 employés de Facebook sont en télétravail et invités à le rester jusqu'en 2021 comme chez Google.

Le Monde avec AFP, 21 mai 2020.

366 millions

En mars 2020, le nombre de visiteurs uniques du site web du *Guardian* a quasiment doublé en un mois, avec 2,17 milliards de pages web consultées en mars 2020, soit 750 millions de plus que le précédent record du journal.

250 %

C'est l'augmentation du trafic sur le site web du *Financial Times* en mars 2020 vs l'année précédente.

Pressgazette.co.uk, April 7, 2020.

FL

À LIRE EN LIGNE

Intelligence artificielle, une approche européenne axée sur l'excellence et la confiance, communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, Commission européenne, 19 février 2020.

Pour une intelligence artificielle européenne « éthique »

« *L'intelligence artificielle n'est ni bonne ni mauvaise en soi : tout dépend du pourquoi et du comment elle est utilisée* » expliquait, le 19 février 2020, Margrethe Vestager, vice-présidente exécutive « pour une Europe adaptée à l'ère du numérique », en préambule de la présentation, par Ursula von der Leyen, présidente de la Commission européenne, des ambitions de l'exécutif européen en matière de données et d'intelligence artificielle. Pour se différencier des États-Unis et de la Chine, **la Commission européenne joue la carte de l'éthique et du respect des droits fondamentaux des citoyens en matière d'intelligence artificielle**, dont on sait qu'elle est facilement sujette à des biais, comme l'a récemment montré une équipe de chercheurs de Télécom ParisTech (voir *La rem* n°50-51, p.45).

Les algorithmes d'intelligence artificielle dont les données sont jugées « à haut risque », comme celles

qui sont utilisées dans le domaine de la santé, dans les procédures de recrutement ou encore dans les technologies de surveillance devront pouvoir être testées et inspectées, comme le sont déjà « *les machines, les avions, les voitures ou les dispositifs médicaux* ». Il reste à savoir comment, tempère Laurence Devilliers (voir *La rem* n°46-47, p.107), chercheuse en intelligence artificielle au CNRS, qui admet que « *la Commission reste bien discrète pour l'instant sur les modalités concrètes d'une intelligence artificielle "éthique"* ». D'ailleurs, la plupart des algorithmes d'intelligence artificielle utilisés dans le domaine de l'apprentissage machine sont littéralement des « *boîtes noires* », et « *il est délicat – pour ne pas dire souvent impossible – de comprendre le fonctionnement interne de certains modèles* », comme le notent Winston Maxwell et David Bounie de Telecom Paris - Institut polytechnique de Paris.

Pour éviter une fragmentation du marché unique, d'une part, et atteindre ses ambitions en matière d'intelligence artificielle éthique, d'autre part, l'Europe souhaite renforcer la coopération entre les États membres en proposant quelque 70 actions conjointes « *en faveur d'une coopération plus étroite et plus efficace entre les États membres et la Commission dans des domaines clés tels que la recherche, l'investissement, la commercialisation, les compétences et les talents, les données et la coopération internationale* ».

En outre, la Commission souhaite augmenter considérablement les moyens financiers alloués au développement de l'intelligence artificielle. À titre de comparaison, alors que l'Europe investissait 3,2 milliards d'euros en 2016, les États-Unis et la Chine ont respectivement dépensé 12,1 et 6,5 milliards d'euros pour développer le domaine de l'intelligence artificielle, sans prendre en compte la dimension éthique de ces outils informatiques. L'objectif de la Commission est d'attirer chaque année au sein de l'Union européenne plus de « 20 milliards d'euros dédiés à l'intelligence artificielle ». Fustigeant presque la fragmentation de la recherche en Europe, la Commission appelle à créer « davantage de synergies et de réseaux entre les multiples centres de recherche européens sur l'intelligence artificielle », à développer un « centre phare », capable d'attirer les meilleurs talents et de rivaliser avec ses homologues américains et chinois, et à se concentrer sur des secteurs de prédilection tels que « l'industrie, la santé, les transports, la finance, les chaînes de valeur agroalimentaires, l'énergie, l'environnement, la sylviculture, l'observation de la terre et l'espace ». Cette feuille de route n'omet pas la question des compétences et de la formation en matière d'intelligence artificielle, ni les nécessaires collaborations transversales entre grands groupes, PME, start-up et États membres.

La tâche risque d'être ardue pour trouver un équilibre entre les intérêts des industriels, tout en encadrant leurs pratiques, et l'utilisation de données en conformité avec les exigences européennes tenant à la protection des droits fondamentaux, notamment la protection des données à caractère personnel, le respect de la vie privée, la non-discrimination, ainsi qu'aux questions liées à la sécurité et à la responsabilité. Cette « marque de fabrique numérique » propre à l'Europe, dont le but est louable, ne semble pourtant pas faire l'unanimité. À l'occasion d'un avis écrit par plusieurs chercheurs européens et américains, Theodoros Evgueniou, professeur à l'Insead (Institut européen d'administration des affaires), dans des propos rapportés par latribune.fr, met en garde contre une approche trop centrée sur ces valeurs : « Il semble que l'esprit du Livre blanc soit que l'Europe utilise ses valeurs comme une arme stratégique pour rattraper la Chine et les États-Unis [...] mais pourquoi penser que des pays non européens préféreront des intelligences artificielles formées aux valeurs européennes ? Je ne suis pas sûr que ça marche. » À moins que cette « marque de fabrique numérique » européenne amène à interdire en Europe ce qui ne respecte pas ces valeurs.

J-A F S



Une stratégie européenne pour les données, communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, Commission européenne, 19 février 2020

Vers un espace européen des données

La présidente de la Commission européenne Ursula von der Leyen a présenté au Parlement européen, le 19 février 2020, les ambitions de l'Union européenne s'agissant de l'utilisation des données et de l'intelligence artificielle. De nombreux domaines sont concernés, la cybersécurité, les infrastructures critiques, les compétences, la formation et l'éducation au numérique, mais également la démocratie ou encore les médias.

Le rapport détaille la stratégie que la Commission souhaite mener afin que **l'Europe devienne un acteur majeur de l'économie des données, en créant un « espace européen des données »**. La Commission ambitionne d'ouvrir « *un marché unique des données, pour mobiliser les données inutilisées, en autorisant leur libre circulation dans l'Union et entre les secteurs, au bénéfice des entreprises, des chercheurs et des administrations publiques* ». Il s'agit de favoriser la libre circulation des données, notamment industrielles, entre les États membres et les entreprises, tout en sécurisant les données personnelles et les données publiques conformément aux règles et valeurs de l'Union européenne. À compter de 2022, un budget de 4 à 6 milliards d'euros servira au développement d'une infrastructure d'informatique en nuage afin d'assurer la souveraineté de l'Union européenne face aux géants américains de l'internet. Ce cloud computing européen va fédérer les infrastructures nationales des États membres et ainsi « *soutenir la transformation de l'économie européenne* ».

Selon un rapport IDC de 2018, cité par la Commission, « *le volume des données produites dans le monde est en croissance rapide et devrait passer de 33 zettaoctets en 2018 à 175 zettaoctets en 2025* » – un gigaoctet équivalant à 10^9 octets et un zettaoctet à 10^{21} octets. Comment faire un meilleur usage de ces données qui « *constituent la base de nombreux produits et services nouveaux à l'origine de gains de productivité et d'efficacité dans l'utilisation des ressources dans tous les secteurs de l'économie, permettant de proposer des produits et des services plus personnalisés, d'améliorer l'élaboration des politiques et de moderniser les services publics* » ?

Margrethe Vestager, vice-présidente exécutive « pour une Europe adaptée à l'ère du numérique », aux côtés de Thierry Breton, commissaire européen au marché intérieur, détaille la diversité des données sur lesquelles l'Europe doit bâtir une stratégie numérique, en donnant notamment de la valeur « *aux données de mobilité rendues anonymes ou aux données météorologiques recueillies par des avions de ligne, aux images satellitaires, mais aussi aux données industrielles et commerciales allant de la performance des moteurs à la consommation d'énergie. Ce type de données à caractère non personnel peut aider à concevoir et développer de nouveaux produits et services plus efficaces et plus durables. Elles peuvent être reproduites*

à un coût pratiquement nul. Aujourd'hui encore, 85 % des informations que nous produisons sont inutilisées. Il faut que cela change ».

Pour y parvenir, le rapport note qu'un certain nombre de défis restent à relever, parmi lesquels la disponibilité des données dont la valeur tient à leur utilisation et réutilisation, et insiste tout particulièrement sur celles qui sont générées par le secteur public. **La Commission souhaite ainsi, d'ici au dernier trimestre 2020, offrir un cadre législatif générique pour assurer une gouvernance des « espaces européens communs des données »**, afin d'inciter le partage transfrontalier de données, notamment dans les domaines de l'industrie manufacturière, des données relatives au pacte vert, à la mobilité, à la santé ou encore à l'énergie. Dès le premier trimestre 2021, davantage de « *données du secteur public de haute qualité* » seront mises à la disposition des entreprises, y compris des PME. La Commission envisage également de légiférer pour mettre en place des « *incitations au partage transsectoriel des données* ».

Il s'agit pour l'Europe de trouver sa place entre les États-Unis et la Chine, et d'afficher clairement ses ambitions en matière de stratégie numérique. Elle devra à la fois gagner en autonomie vis-à-vis des Gafam et proposer un modèle vertueux éloigné de la dictature électronique qu'est devenue la Chine. **Pour rester dans la course entre ces deux leaders, l'Europe n'a pas d'autre choix que de pleinement se lancer dans cette « économie fondée sur les données » en se différenciant par une approche respectueuse de l'usage des données à caractère personnel.**

Ces annonces coïncident avec l'arrivée prochaine de la 5G, dont l'architecture technique va engendrer de nouveaux « gisements de données », notamment dans le secteur industriel, sur lesquels la très forte valeur ajoutée sera captée à la condition d'une stratégie claire et d'un cadre juridique fort garantissant tout à la fois les conditions de leur utilisation et le respect des libertés publiques des citoyens européens. C'est tout du moins le souhait et la stratégie affichée de l'Europe.

J-A F S



Le numérique au service de la transformation de l'action publique, rapport public annuel 2020, tome II, Cour des comptes, février 2020

« La transformation numérique des services publics est en cours mais reste fragile »

Le rapport public annuel de la Cour des comptes pour l'année 2020 consacre, pour la première fois, un tome entier à la transformation numérique de l'action publique, appréhendée comme une thématique transversale, abordant notamment la dématérialisation de la délivrance de titres par les préfetures (pièce d'identité, permis de conduire, carte grise, etc.), le dossier pharmaceutique lancé en 2007, les services numériques de Pôle emploi, la numérisation des demandes de logement social ou encore le Système d'information des ressources humaines dans l'éducation nationale (Sirhen).

Le numérique est envisagé comme un moyen d'améliorer les services rendus aux usagers mais également comme la possibilité de *« mesurer l'efficacité et l'efficience des dépenses publiques et d'améliorer la performance de l'action publique »*. **La numérisation des procédures permet ainsi de baisser les coûts de fonctionnement du service public et de réaffecter le personnel administratif à d'autres missions.** Par exemple, *« le coût d'instruction d'une demande numérique de logement social est trois fois inférieur à celui d'une demande effectuée à un guichet "physique". L'automatisation du traitement des demandes d'allocation par Pôle emploi a également permis une baisse significative du coût de l'indemnisation »*.

Autre exemple : le ministère de la transition écologique a engagé un plan de transformation numérique pour la période 2018-2022 et a mis en œuvre des systèmes d'information au service de l'environnement comme *« le système d'information sur l'eau (SIEau) qui permet le partage et la mise à disposition des données sur la ressource en eau en France, ou encore le Géoportail, plateforme de diffusion d'informations géographiques développée par l'Institut national de l'information géographique et forestière (IGN), qui propose l'accès à des cartes IGN, à des photographies aériennes, aux parcelles cadastrales, à des cartes du relief, etc. »*, ainsi que *« des solutions innovantes comme "Kelrisks", qui permet de connaître instantanément le risque de pollution des sols d'un terrain, ou encore "Trackdéchets", solution en cours de développement destinée à assurer le suivi des déchets des entreprises »*. Si le lancement de ces services est encourageant, il s'avère que seulement 12 % des démarches administratives à l'attention des usagers font l'objet d'un téléservice structuré en juillet 2019, alors que 100 % des démarches devraient être accessibles en ligne dès 2022.

Les magistrats de la Cour des comptes soulignent que **si la tendance à la transformation numérique des services publics est une bonne chose, des fragilités demeurent, notamment concernant l'accessibilité des publics** peu à l'aise avec le numérique, révélée notamment lors d'une enquête liée aux demandes de logements sociaux où les demandeurs ne sont pas assez accompagnés dans ces nouvelles démarches en ligne, ce qui montre l'importance des moyens humains et financiers qui doivent accompagner ces transformations.

Une transformation numérique de l'action publique réussie passera également par la formation de personnel qualifié. Prenant l'exemple des ministères économiques et financiers, au sein desquels 5 331 personnes travaillent dans les systèmes d'information, le rapport pointe « *l'insuffisante attractivité des concours* », laissant de nombreux postes vacants. Cela s'explique par des délais de recrutement anormalement longs, de 11 à 14 mois pour les contractuels et les titulaires, l'absence d'une communication ciblée vers les jeunes informaticiens qui ignorent que ces ministères recrutent, et un environnement de travail loin du « *modèle managérial collaboratif, culture de l'expérimentation ("labs", "intrapreneuriat"...), travail en mode projet, et télétravail* ».

Les magistrats de la Cour des comptes révèlent également les « *défaillances de la conduite de programmes* » induites par de grands projets de transformation numérique. L'exemple cité est celui du système SIRHEN du ministère de l'éducation nationale, lancé

en 2007 pour « *moderniser son système de gestion des ressources humaines* » qui datait des années 1980, à travers quelque 900 bases de données éparses. Ce projet devait être développé en cinq ans pour un budget de 60 millions d'euros, afin de gérer la paye et la carrière professionnelle de 1,1 million d'agents du ministère. Après d'innombrables errements et 400 millions d'euros dépensés, le programme a finalement été arrêté en juillet 2018 « *sans réelle stratégie de substitution définie* ». Les raisons de ce fiasco s'expliquent en grande partie par le manque d'outils de suivi des prestataires externes, l'incapacité à contrôler leur travail et l'absence d'équipes internes à même de piloter le projet.

Si le gouvernement réitère régulièrement l'annonce de ses ambitions en matière de services publics en ligne à l'horizon 2022, la Cour des comptes tempère son enthousiasme à travers une analyse pragmatique des efforts déjà engagés et des nombreux défis à venir.

J-A F S



ARTICLES & CHRONIQUES



Covid-19. L'« infodémie » et ses nombreux responsables

Alexandre Joux

Les histoires de vie ont ceci de particulier qu'elles sont souvent significatives même si toute généralisation est impossible. Cet article commence donc comme un journal intime de la crise sanitaire, un genre que le confinement a renouvelé.

Nous sommes le 28 février 2020, sur l'île de la Réunion. Je dois donner une conférence sur « le journalisme à l'heure de la post-vérité » au moment même où les réseaux sociaux commencent à bruiser des inquiétudes des Réunionnais : l'île accueille encore des bateaux de croisière, avec excursions à la clé, alors que Madagascar les convainc de garder les passagers à bord et multiplie les contrôles sanitaires. La veille au soir en métropole, le ministre de la santé, Olivier Veran, annonce un bond des contaminations confirmées en France, qui passent de 18 à 38 en une journée. Sur ces 20 nouveaux cas, 12 concernent le foyer de contamination (cluster) de l'Oise, dont 3 nouveaux cas dans une base militaire de Creil. Ce décompte sera répété à l'envi dans les médias et il fallait enquêter, compter, recroiser les sources pour arriver à savoir à peu près qui étaient ces 20 nouveaux cas. Pour tous ceux qui ne croiseront pas en ligne sources et articles de presse – ils sont très nombreux –, seule reste l'information sur les 3 militaires. Où sont donc passés les autres cas ? Qui ne veut pas savoir si, dans sa ville ou son village, le virus est déjà là ?

C'est cette question que j'ai posée aux journalistes des deux chaînes de télévision de la Réunion qui, ce même jour, assistaient à la conférence et me demandaient ce qui pouvait bien provoquer l'explosion des *fake news* (fausses informations ou infox) sanitaires. Ma réponse fut, dans ce cas, l'absence d'information précise et complète qui engendre fantasmes et rumeurs, alors que le sujet est par nature hautement anxigène. Dans notre échange, ils me confirment, eux aussi, disposer de très peu d'informations de la préfecture et de l'Autorité régionale de santé (ARS). Ils relayent donc ce dont ils disposent. Mais pourquoi, alors, ne pas dire au public que, malgré leurs demandes, certaines questions restent sans réponse ? Certes, on ne sait pas tout du virus, et des zones d'ombre persistent. Mais les autorités savent où se trouvent les malades quand elles communiquent sur leur nombre. Cette information

existe et les journalistes peuvent tenter de forcer leurs sources à communiquer. Pourquoi alors se contenter de relayer le message des autorités quand on sait que des « trous » dans la couverture médiatique de la crise permettront aux rumeurs de se propager à mesure que grandira l'inquiétude? Pourquoi acter que la parole publique, officielle, est la seule légitime, sans pointer aussi ses carences, sans questionner aussi sa prudence et ses motifs? Pourquoi, concrètement, faire le choix de défendre des institutions en s'érigeant en simple relais de la parole des autorités publiques, plutôt que de les soumettre aux interrogations des journalistes, et de le faire publiquement?

De ce point de vue, les réseaux sociaux ne sont pas les seuls coupables de la propagation des *fake news* durant la crise sanitaire. Ils en sont le canal principal parce qu'ils permettent l'expression des inquiétudes sans aucun filtre. Mais le filtre des autorités sanitaires de même que le *gate keeping* des médias n'ont pas toujours bien joué leur rôle.

Communiquer n'est pas informer

On ne peut pas reprocher au Service d'information du gouvernement (SIG) de chercher à contrôler la communication publique en ligne (le site www.gouvernement.fr/info-coronavirus) et aux ARS de respecter les choix politiques du gouvernement. Mais cette communication institutionnelle ne saurait être confondue avec le travail d'information que les médias doivent procurer, et la confusion ne doit pas être faite entre ce qui relève de la communication des autorités publiques et du gouvernement d'une part, et ce qui relève de normes professionnelles d'établissement des faits et de suivi de l'actualité d'autre part.

La crise sanitaire aura ainsi été l'occasion d'une surprenante confusion des genres, en partie alimentée par les plateformes qui ont montré qu'elles pouvaient très bien coopérer avec le gouvernement. Les moteurs de recherche vont, par exemple, prioriser dans leurs pages de résultats, quand une recherche est faite, les sites officiels des autorités de santé et du gouvernement. C'est probablement mieux que les *fake news*, mais est-ce de l'information? Les choses étaient certes bien distinguées, la communication du gouvernement et de l'OMS bénéficiant d'un encadré sur Google qui les qualifie de « *ressources locales et nationales* ». Un dispositif du même genre « À la une » a ensuite été créé pour mettre en valeur les sites de certains médias. Viennent ensuite les « premiers résultats ». C'est dire que le référencement, ici, prend une allure de *gate keeping* totalement assumée. Il restreint le choix de l'internaute s'il ne fait pas l'effort de « descendre » dans la page de résultats pour accéder aux liens hypertextes que le référencement naturel propose. Le problème surgit quand la communication du gouvernement, celle des autorités de santé et l'information des médias s'alignent si parfaitement que toute mise en perspective, que toute critique semble exclue, au moins dans l'espace public en ligne.

La proximité entre communication gouvernementale et information des médias s'est manifestée pleinement deux mois plus tard, fin avril 2020, quand le gouvernement français a entrepris, sur son site de communication, de lister les médias qui dénonçaient les *fake news* sur le coronavirus (page « Désinfox coronavirus »). Il faisait en quelque sorte des médias cités des alliés dans une lutte

commune contre la désinformation. Il ne faudrait pourtant pas que cette lutte en vienne à brouiller la différence, essentielle, entre communiquer et informer, et donc fragiliser le rôle des médias d'information en démocratie, réduits seulement à dénoncer les fausses informations pour toujours mieux relayer la parole officielle.

Certes, les médias dont les articles de *debunking* (démystification) ont été repris se sont offusqués et le Syndicat national des journalistes a dénoncé le procédé. Le risque est, en effet, de faire douter de l'indépendance des médias à l'égard du politique. Mais la démarche est troublante : les médias devraient inquiéter le gouvernement par leurs enquêtes, plutôt que d'être présentés comme ses meilleurs alliés. L'exemple de la controverse sur les masques est à cet égard très instructif. Les médias ont certes expliqué pourquoi certains masques produits en France ont pu se retrouver à l'étranger (avant les réquisitions et la pénurie que chacun a pu constater), une information souvent objet de « vérification » sur les sites anti-*fake news*. Mais les médias ont été très peu à questionner la parole publique et ses décisions sur la question des masques qui fera pourtant l'objet d'un revirement politique complet.

LE RÔLE DES MÉDIAS D'INFORMATION EN DÉMOCRATIE, RÉDUITS SEULEMENT À DÉNONCER LES FAUSSES INFORMATIONS POUR TOUJOURS MIEUX RELAYER LA PAROLE OFFICIELLE

C'est sur le site The Conversation que des universitaires ont expliqué, parmi les premiers, les raisons du manque de masques (voir le texte d'Arnaud Mercier en référence), suivis par la presse avec une enquête de Mediapart. Et il est peu probable de voir le gouvernement reprendre ces articles à son compte sur son site d'information. S'en tenir à la dénonciation de *fake news* stupides est de ce point de vue beaucoup plus confortable. Dénoncer la consommation d'alcool ou d'eau de Javel, ou encore montrer qu'une photo a été instrumentalisée, aussi utile soit la démarche, ne saurait se substituer au rôle de chiens de garde de la démocratie que les médias peuvent jouer quand ils misent sur l'enquête, celle qui révèle des dysfonctionnements au sein des institutions, celle qui conteste la pleine légitimité de la parole politique au sens large, pas celle qui rectifie un chiffre, rappelle l'origine d'une photo. Cette dernière est utile certes, mais à l'évidence insuffisante puisque le gouvernement a vu ici, dans la presse, un allié pour sa communication sur la crise sanitaire.

Les *fake news* et la propagande

Ce brouillage info-communicationnel est lié, aussi, au terme *fake news* (en français infox, mot-valise créé à partir d'information et d'intoxication) qui entraîne la confusion des genres. Quelles sont donc les *fake news* qui contribuent à l'« infodémie » (contraction des mots information et épidémie)? Quelles sont donc ces informations qui posent problème et que nombreux sont ceux qui auraient hésité à les qualifier de *fake news* avant la crise sanitaire, même si finalement elles semblent

constituer le cœur des interrogations, légitimes, des individus? Boire de l'eau de Javel (fausse information classique) ou asséner que le système de santé est solide juste avant le déclenchement de l'épidémie en France, asséner que la chloroquine est le remède face au virus (l'AP-HP –Assistance publique - Hôpitaux de Paris communiquera aussi un peu prestement sur un traitement des cas les plus graves), asséner que les masques ne servent à rien quand on n'en a pas, qu'ils sont essentiels au déconfinement quand on en trouve de nouveau? Dans ces circonstances, les institutions ont pris le risque de se décrédibiliser, elles ont fragilisé la parole publique parce que leur communication s'est voulue rassurante, performante, et parce que les médias ont repris ces paroles sans les *debunker* (démystifier) immédiatement, prenant à leur tour le risque de décrédibilisation. Sauf à considérer que la vérité est toujours la première victime des guerres et que le présidentiel « nous sommes en guerre » devait être entendu au premier degré.

Un bilan devra donc être fait qui croise communication du gouvernement et des institutions (l'IHU Méditerranée – Institut hospitalo-universitaire – du professeur Raoult en est une) ; traitement médiatique de la crise par les médias d'information ; représentations des journalistes sur ce traitement médiatique. Certes, l'exercice réflexif était difficile puisque la crise était inédite, le virus peu connu et les informations disponibles souvent précaires, notamment les informations scientifiques qui ont été mises à disposition dans la foulée des premières publications scientifiques, sans que les aller-retours entre pairs finissent par établir définitivement un consensus. Mais il était possible de douter, de questionner : c'était même le devoir des médias d'information, au moins de ceux qui en ont le temps et les moyens. Ainsi, début mars, alors que la page d'information sur le Covid-19 du site gouvernement.fr insiste sur la qualité du système de santé français, le gouvernement sait, au même moment, qu'il faudra gérer la pénurie dans des hôpitaux mal en point, au moins sur le plan social, puisque les urgentistes sont en grève depuis septembre 2019 pour dénoncer la dégradation avancée de leurs conditions de travail. D'autres indices permettaient de douter. En effet, le ministre de la santé Olivier Veran a avoué, autrement, la pénurie à venir de masques, de lits de réanimation, etc. Dans une émission remarquée sur BFM TV, le 9 mars 2020, il y dessinait le risque épidémique pour expliquer combien il était nécessaire que le « pic » soit retardé au maximum, le temps pour l'hôpital de se préparer ... et pour le gouvernement de trouver des masques puisque, depuis le 3 mars 2020, un décret permettait la réquisition de ce matériel devenu stratégique. Les médias pouvaient insister sur l'exercice de communication du ministre et sa volonté de rassurer les Français. Ils pouvaient aussi pointer du doigt les faiblesses du discours politique qui, s'il ne mentionne pas une pénurie de masques dont les conséquences seront très dures (l'insuffisante protection du corps médical, le confinement strict de

LA DÉNONCIATION DES
PROPOS COMLOTISTES
ET DES *FAKE NEWS*
ABSURDES RESTE
NÉCESSAIRE MAIS SA
CONTRIBUTION AU
DÉBAT PUBLIC EST
RELATIVEMENT FAIBLE

la population), avoue son impréparation en demandant plus de temps. Il faudra attendre le 19 mars 2020 pour qu'Olivier Veran reconnaisse la pénurie de masques en France, lors d'une audition au Sénat, et pour que les médias s'emparent du sujet. Cet exemple parmi d'autres rappelle la nécessité d'un vrai pluralisme médiatique qui garantira tout à la fois une information de reprise factuelle des propos des responsables publics mais aussi la possibilité d'une remise en question de la parole publique.

En comparaison, la dénonciation des propos complotistes et des *fake news* absurdes reste nécessaire mais sa contribution au débat public est relativement faible. Ainsi, quand le directeur général de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) déclare, le 2 février 2020, vouloir lutter aussi contre l'infodémie, les *fake news* visées sont d'une affligeante banalité. Il suffit pour s'en rendre compte de visiter la page sur les « idées reçues » du site de l'OMS, laquelle montre là encore la possible confusion des genres entre *fact checking* (vérification des faits) journalistique et *debunking* institutionnel puisque les formats de présentation des messages sont très proches de ce à quoi la presse a habitué les internautes (voir <https://www.who.int/fr/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>). Sont contestées des *fake news* auxquelles le président Trump a donné une certaine visibilité (boire de l'eau de Javel comme s'exposer à des UV pour se désinfecter sont des pratiques dangereuses) et, « fait établi », puisque c'est ainsi que l'OMS communique : « *Boire de l'alcool ne protège pas contre le Covid-19* » ou « *S'exposer au soleil ou à des températures supérieures à 25°C n'empêche pas de contracter la maladie à coronavirus 2019 (Covid-19)* ». Sur le site français, un hommage est rendu à la communication du professeur Raoult puisque l'OMS précise – mais cette fois-ci ce n'est plus un « fait établi » – qu'« *il n'existe actuellement aucun médicament homologué pour le traitement ou la prévention de la (sic) Covid-19. Plusieurs essais sont en cours, mais rien ne prouve à ce stade que l'hydroxychloroquine ou un autre médicament permet de prévenir ou de guérir la Covid-19* ». Ici, la réponse est en fait « peut-être » si l'on supprime la nuance qu'introduit l'adjectif « homologué » (nombreux sont ceux qui ne la saisiront pas) et c'est bien ce qui peut alimenter les doutes et les rumeurs.

Quel rôle pour les plateformes ?

Les réseaux sociaux et les plateformes en général ont eu, dans la crise sanitaire, la tâche facilitée par la nature des *fake news* à signaler (Facebook) ou à supprimer (YouTube) même si leur réactivité a pu être parfois pointée du doigt (voir *supra*). Google a supprimé de YouTube des sites faussement médicaux et Facebook a opté pour une moins bonne visibilité des contenus considérés comme de la désinformation par les équipes de *fact checking* que le groupe rémunère. Comme la plupart des *fake news* portent sur des affirmations folkloriques (boire de l'eau de Javel, de l'alcool, manger de l'ail, etc.), il a été facile de les identifier. Ce faisant, les deux plateformes ne font que respecter les règles du code de bonnes pratiques contre la désinformation en ligne adopté par la Commission européenne le 26 septembre 2018. Facebook est même allé plus loin après qu'une ONG américaine, Avaaz, a indiqué que des fausses informations peuvent rester sur le réseau social jusqu'à 22 jours. Pour éviter les effets délétères de ces *fake news* mal repérées et trop virales, Facebook a testé, à partir du 16 avril 2020, un signalement rétroactif. Pour ses utilisateurs ayant vu ou partagé une fausse information, Facebook affiche un message les invitant à se

renseigner auprès de sources institutionnelles, principalement l'OMS et les autorités locales. Ce dernier, « *Aidez vos amis et votre famille à éviter les fausses informations sur le Covid-19* », n'indique pas quelle info a été consultée par l'utilisateur qui devra donc faire l'effort d'un retour critique sur sa consommation. C'est finalement compter sur les capacités réflexives des individus qui restent le meilleur rempart contre les *fake news* et toutes les formes de désinformation.

À l'inverse, la priorité donnée aux communiqués institutionnels révèle les limites de l'autorégulation par les plateformes. Ainsi, l'OMS, dont le site est mis en avant par Google et Facebook, est pourtant l'objet d'une controverse liée à l'efficacité de la diplomatie chinoise en son sein. De ce point de vue, les plateformes, si elles doivent endosser un rôle éditorial ou une sorte de *gate keeping* (filtrage), ont plus intérêt à référencer les médias d'information, à garantir la diversité de leur référencement, plutôt qu'à prioriser les sites institutionnels, surtout sur les sujets hautement sensibles. Car le rôle des institutions n'a jamais été d'informer les populations, au sens où les journalistes sont tenus de le faire, mais de communiquer à ces dernières les messages qu'elles considèrent comme prioritaires et qui servent leurs objectifs, aussi nobles soient-ils. Relayer en priorité leurs messages, c'est donc confier aux sources, et à certaines d'entre elles, un droit d'accès direct à l'espace public sans la négociation avec ces intermédiaires que sont les journalistes.

La question des sources et le magistère des médias sur l'information

Cet accès direct des sources à l'espace public révèle les vrais enjeux de la circulation des messages par l'intermédiaire des plateformes et pose autrement la question de la responsabilité des acteurs dans l'infodémie.

Même s'il s'agit plus d'un idéal que d'une réalité, la presse et les médias d'information ont, en démocratie, joué le rôle d'une institution atypique et nécessaire. En étant ce quatrième pouvoir qui n'en a aucun du point de vue de la Constitution, la presse a disposé de celui, réel, de décider de l'information qui sera communiquée aux citoyens. La presse a historiquement joué un rôle de *gate keeping* qui ordonne la parole des différents acteurs, ce que revendique le *New York Times* dans sa devise : « *All, the News That's Fit to Print* » (Toutes les nouvelles qui méritent d'être imprimées).

LA LOGIQUE DES
PLATEFORMES FRAGILISE
LE MAGISTÈRE DES MÉDIAS
SUR L'INFORMATION ET LEUR
DONNE EN MÊME TEMPS
DES MOYENS NOUVEAUX

C'est ce *gate keeping* qui est aujourd'hui menacé, l'ordre des informations décidé en conférence de rédaction faisant place désormais à un désordre informationnel où chacun y va de son message qu'il adresse directement au plus grand nombre grâce aux plateformes. C'est ce désordre que les gouvernements et les autorités sanitaires ont combattu en imposant par défaut leur communication dans les recommandations des plateformes. La position institutionnelle est

ici un avantage même si elle n'est pas un gage de vérité. Elle permet de se substituer aux médias dans le processus de *gate keeping*. C'est ce qu'ont obtenu aussi, mais autrement, les spécialistes de la communication virale.

Une étude du Reuters Institute sur les types et les sources de désinformation du Covid-19 révèle ainsi que 20% des messages de désinformation proviennent de responsables politiques – Donald Trump étant cité – mais que ces messages comptent pour 69% de l'engagement social autour des fausses informations en ligne, sans compter la reprise de ces messages à la télévision. Sans surprise, la même étude ajoute que cette désinformation discrédite souvent la communication des gouvernements et autorités sanitaires puisqu'elle émane en partie des opposants. Les chercheurs du Reuters Institute conseillent donc une action des médias indépendants, des *fact-checkers* et des plateformes qui s'autonomisent complètement des sources instituées. À cet égard, le Reuters Institute rappelle la vertu essentielle de la presse indépendante qui est d'être une institution de la démocratie, sans être une institution parmi d'autres, en ce qu'elle contribue à maintenir un équilibre, certes sous tension, entre des paroles concurrentes, celle des scientifiques, celle des politiques, qu'ils soient au pouvoir ou dans l'opposition, enfin celle de la société civile.

LA VRAIE INFODÉMIE, C'EST L'OUBLI DE LA NATURE DE L'INFORMATION, C'EST UNE INSUFFISANTE COMPRÉHENSION DES RELATIONS COMPLEXES QUI SE NOUENT ENTRE JOURNALISTES, COMMUNICANTS ET PLATEFORMES

Cette exigence doit en revanche s'articuler avec la logique des plateformes qui fragilise le magistère des médias sur l'information et leur donne en même temps des moyens nouveaux. Si les plateformes peuvent rééquilibrer les flux d'information qui circulent en ligne en assumant des choix éditoriaux, ce qu'elles font en s'alliant avec des *fact-checkers* ou en relayant la communication des institutions, elles autorisent également un accès direct et sans filtre à l'espace public en ligne. Les plateformes font donc émerger des messages concurrents face à l'information des médias. Mais ces messages ne sont concurrents que dans la mesure où ils sont conçus comme des substituts à l'information des médias. Ils peuvent être aussi considérés comme son prérequis s'ils sont requalifiés en tant que sources d'information. Et certaines sources sont redoutables d'efficacité quand il s'agit de s'imposer en ligne pour remettre en question la prééminence d'autres formes d'autorité. C'est la chaîne YouTube du professeur Raoult qui a fait de l'hydroxychloroquine le moyen de déstabiliser le principe de la reconnaissance par les pairs dans la recherche scientifique tout en révélant, aussi, combien cette reconnaissance laisse la place aux querelles de chapelle et aux pouvoirs conférés par les institutions d'appartenance. L'effet de cette communication sera l'intégration des traitements à base d'hydroxychloroquine dans l'essai scientifique Discovery, ce qui n'est pas neutre. Nous devons donc à la source « Raoult » non pas un traitement efficace et avéré de la maladie, mais au moins un traitement médiatique de la question de la communication scientifique et des méthodes de validation de la recherche qui n'aurait probablement jamais été aussi approfondi si le

professeur n'avait pas fait le choix de mobiliser YouTube pour partager ses travaux. Nous devons aussi au professeur Raoult un questionnement critique sur la responsabilité du scientifique quand il « vulgarise » en période de crise, ce qui peut conduire à un relâchement de la vigilance pour ceux qui vont croire à l'efficacité du traitement ainsi mis en avant.

L'infodémie est donc un risque qu'il faudrait mieux qualifier. Il porte moins sur la crédulité à l'égard de messages stupides sur l'eau de Javel et les UV qu'il ne s'illustre dans la mécompréhension des logiques des plateformes, du rôle des médias en démocratie et d'une appréhension correcte, par les individus, de la différence entre communication et information. La vraie infodémie, c'est l'oubli de la nature de l'information, c'est une insuffisante compréhension des relations complexes qui se nouent entre journalistes, communicants et plateformes. Aussi est-il nécessaire de rappeler que les médias ne sont pas une institution comme les autres, qu'ils ne peuvent donc pas être dans une relation de concurrence directe avec les autres sources communicantes. Ils ne peuvent pas être « listés » comme une source parmi d'autres entre un encart réservé à la communication du gouvernement et des autorités sanitaires et des « premiers résultats » qui renvoient à la diversité des messages qui circulent sur le web.

Alexandre Joux est directeur de l'École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille Université, Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC EA 7492)

Sources :

- « Code de bonnes pratiques contre la désinformation en ligne », Communiqué de presse, Commission européenne, ec.europa.eu, 16 octobre 2018.
- « Coronavirus : les réseaux sociaux tentent de contenir l'épidémie de fausses nouvelles », Guillaume Guichard, *Le Figaro*, 11 mars 2020.
- « Les plateformes peinent face aux "fake news" sur le coronavirus », Raphaël Balenieri, Sébatsien Dumoulin, *Les Echos*, 12 mars 2020.
- « La France en pénurie de masques. Aux origines des décisions d'Etat », Arnaud Mercier, The Conversation France, theconversation.com, 22 mars 2020.
- « Masques : les preuves d'un mensonge d'Etat », Yann Philippin, Antton Rouget, Marine Turchi, *mediapart.fr*, 2 avril 2020.
- « Coronavirus : Twitter, mauvais élève de la lutte contre la désinformation », Guillaume Guichard, *Le Figaro*, 9 avril 2020.
- « Facebook va alerter les utilisateurs ayant vu des fake news sur le Covid-19 », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 17 avril 2020.
- « Facebook se dote d'un système d'alerte sur les "fake news" », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 17 avril 2020.
- *Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation*, Brennen J., Simon F., Howard P., Kleis Nielsen R., Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism, April 2020.

Journalisme

Mort et renaissance de l'objectivité

Mark Lee Hunter & Luk N. Van Wassenhove

Aucune question n'est plus ennuyeuse pour un journaliste que celle lui demandant si l'on peut réellement être objectif. La bonne nouvelle, c'est que si les tendances actuelles se confirment, nous n'aurons plus à l'entendre. L'objectivité est en passe de prendre une forme radicalement nouvelle.

Le concept d'objectivité communément admis exige une prise de position éthique, fondée sur la neutralité et « l'équité », une indépendance et une absence de jugement à l'endroit des sources, des visées et des conclusions de l'enquête journalistique. Ce n'est pourtant pas ainsi que tout a commencé. Comme l'a montré Dan Schiller¹, « l'objectivité » a d'abord servi de prétexte à la publication de nouvelles sensationnelles sur la criminalité dans les années 1840. Aux critiques qui trouvaient ces contenus immondes, les éditeurs pouvaient répondre : « *Ce n'est que la réalité objective de notre époque.* » Ce concept a ensuite renforcé des stratégies commerciales, un journal partisan ayant nécessairement une audience potentielle plus restreinte qu'un journal identifié comme « neutre ». L'objectivité est alors devenue une norme dans le journalisme américain en réaction aux reportages biaisés et corrompus qui ont fait scandale dans les années 1920. On peut noter que ce terme « objectivité » a récemment disparu du code d'éthique de la Société des journalistes professionnels², bien que demeure l'idéal d'équité.

Dans les pays où le journalisme d'investigation, et même le journalisme non partisan, n'a émergé que récemment – par exemple, les anciens États soviétiques ou le Kenya³ –, l'objectivité est un mécanisme de survie ; la meilleure défense contre le pouvoir étant de se cantonner aux faits, afin d'éviter de donner l'apparence de favoriser un camp plutôt qu'un autre.

Néanmoins, le concept d'objectivité a été profondément subverti, à la fois, par les réseaux médiatiques d'extrême droite qui ont propulsé Donald Trump à la Maison Blanche⁴ ou par les médias captifs comme Russia Today, et par les

LE CONCEPT D'OBJECTIVITÉ A
ÉTÉ PROFONDÉMENT SUBVERTI

médias dirigés par les parties prenantes, à l'instar des principales ONG⁵. Bien que situés aux extrêmes opposés du spectre politique, ces nouveaux médias concurrents partagent de profonds traits communs. Tous ont prospéré dans l'espace laissé vacant par la perte d'influence des médias d'information traditionnels. Aucun n'est particulièrement soucieux d'être « *juste et équilibré* » – curieux slogan utilisé par la chaîne Fox News jusqu'en 2017⁶ –, et d'autant moins neutre que la seule chose qui compte pour eux est de remporter les combats qu'ils jugent importants.

Un changement de cap est apparu simultanément au *New York Times* et au *Washington Post*, tout comme à Mediapart. Ces médias d'information sont devenus des boucliers et des phares de la « résistance » dans leur pays. « *La vérité. Elle est plus importante que jamais* » : ce slogan qui promeut le travail du *New York Times* illustre cette évolution. Cependant celle-ci ne doit pas faire oublier qu'avant l'élection de Donald Trump, la valeur de l'information tenait à un travail journalistique qui consistait d'abord à obtenir l'accès à diverses sources, sources racontant elles-mêmes leurs propres vérités, puis à juxtaposer ces différentes versions d'une même réalité. En théorie, cela devait permettre aux lecteurs de parvenir par eux-mêmes à la vérité.

Le *New York Times* et le *Washington Post* font ce que nous considérons comme nécessaire et juste, récompensés de ce changement par une augmentation de leur lectorat⁷, ainsi que de leurs revenus⁸. Il n'en reste pas moins qu'il était jusqu'ici inimaginable, même pour ceux qui ont vécu le Watergate, que les leaders de l'industrie américaine deviendraient des journaux d'opposition. Même le soi-disant « *adversarial journalism* » des années 1970 n'est jamais devenu une marque officielle!

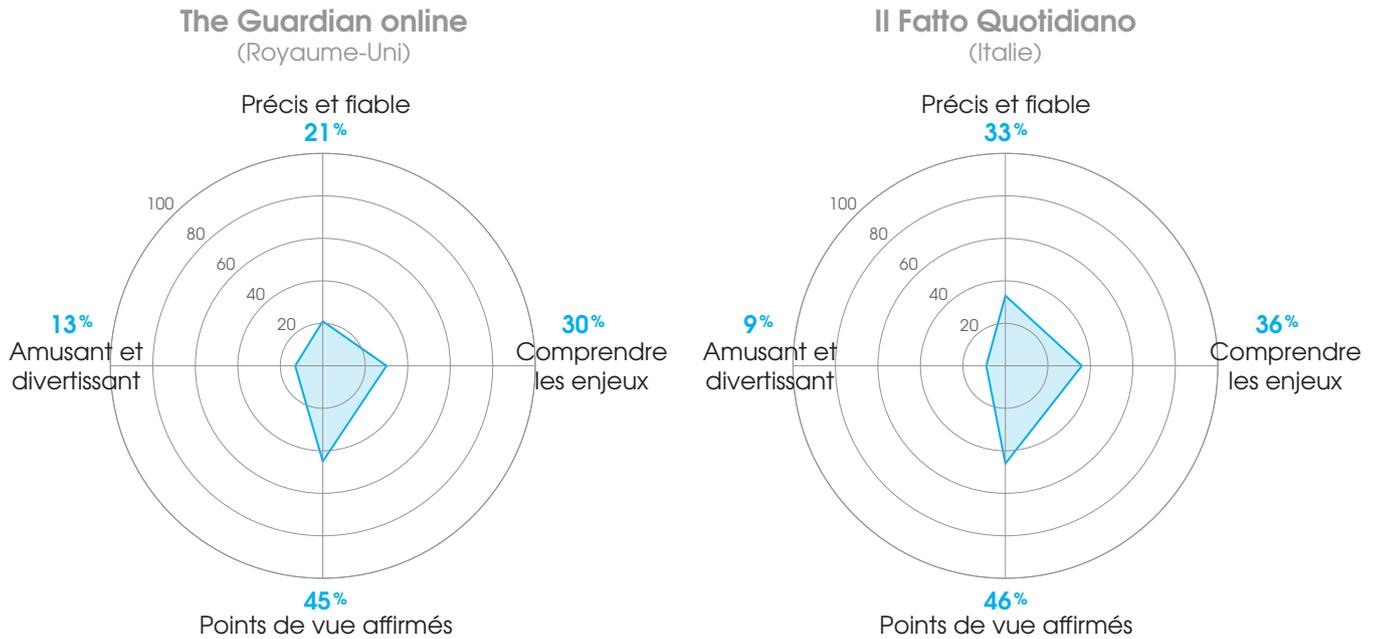
Cette tendance est internationale et générationnelle, si l'on en croit les recherches récentes. L'édition 2017 du rapport de référence, le Digital News Report de l'Institut Reuters⁹, a constaté que les « *points de vue forts* » étaient les attributs les plus cités parmi les lecteurs du quotidien britannique *The Guardian*, tout comme ceux du quotidien italien *Il Fatto Quotidiano* (voir schéma page suivante).

Prenant l'exemple de l'Allemagne, l'Institut Reuters a également signalé en 2018 que les moins de 35 ans dans ce pays avaient, davantage que leurs aînés, recours aux médias d'information partisans comme le site de Breitbart (voir schéma page suivante).

Il reste que la plupart des gens dans un grand nombre de pays, en particulier les personnes instruites aux États-Unis, sont toujours d'accord pour dire qu'il n'est « *jamais acceptable* » qu'un média favorise un parti par rapport à un autre, d'après les recherches du Pew Center¹⁰. (On peut néanmoins se demander si les personnes interrogées pour ce sondage étaient toutes parfaitement sincères sur ce point). Il n'est cependant pas nécessaire que les médias d'information adoptent une attitude partisane pour susciter l'intérêt de leur public. En témoigne le magazine mensuel *High Country News*, qui a fait état d'une

IL N'EST PAS NÉCESSAIRE QUE
LES MÉDIAS D'INFORMATION
ADOPTENT UNE ATTITUDE
PARTISANE POUR SUSCITER
L'INTÉRÊT DE LEUR PUBLIC

Caractéristiques d'une sélection de médias d'information

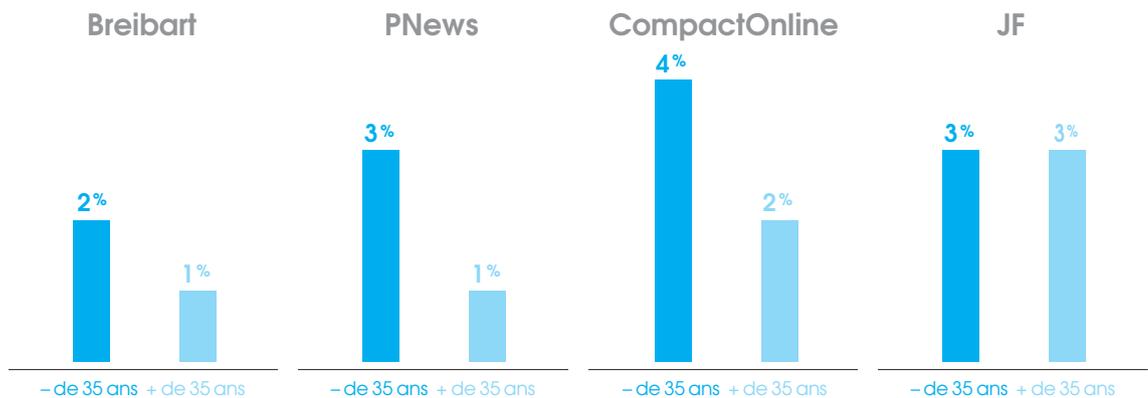


Question : Vous dites que vous utilisez les médias suivants pour les actualités en ligne. Selon vous, lequel est le meilleur pour : fournir des informations précises et fiables / aider à comprendre des questions complexes / offrir des points de vue ou des opinions affirmés / s'amuser ou se divertir.

Panel d'utilisateurs au cours de la dernière semaine : Guardian online / 378 et Il Fatto Quotidiano / 308

Source : Reuters Institute, Digital News Report 2017.

Allemagne : pourcentage d'utilisateurs de médias alternatifs ou partisans par tranches d'âge



Question : Lequel, le cas échéant, des médias suivants avez-vous utilisé au cours de la dernière semaine pour vous informer ?

Panel d'utilisateurs au cours de la dernière semaine : moins de 35 ans / 510 et 35 ans et plus / 1 528.

Source : Reuters Institute, Digital News Report 2018.

croissance significative de ses abonnements et de ses revenus en 2018¹¹ en proposant un programme pro-environnemental pour l'Ouest américain, et non pas un programme anti-Trump. Autrement dit, il n'y a aucune honte ni prise de risque commerciale à se battre en faveur de causes importantes aux yeux des lecteurs.

Une caractéristique essentielle de l'objectivité demeure : c'est l'importance de la vérification systématique des faits. Auparavant l'objectivité était une posture éthique, elle est devenue un processus technique axé sur l'exactitude. Cela reflète les possibilités croissantes des journalistes à trouver et à vérifier des informations. Les effets en sont manifestes dans le monde arabe, où l'ARIJ (Arab Reporters for Investigative Journalism – principale organisation de médias consacrée à la promotion du journalisme d'investigation dans le monde arabe) a entraîné un changement culturel dans la couverture de l'actualité, poussant les rédactions à passer d'un journalisme d'opinion à un journalisme d'investigation, qui doit reposer sur la vérification des faits. Nos recherches menées au sein de l'INSEAD – Institut européen d'administration des affaires – ont montré que, particulièrement en période de crise, les mouvements dont les médias relatent des faits vérifiés peuvent être bien plus puissants que la propagande de leurs adversaires¹². En mars 2020, la crise du coronavirus en a fourni une preuve supplémentaire, notamment par la montée en puissance des médias en ligne qui contredisaient des déclarations officielles défailtantes.

LES MOUVEMENTS DONT
LES MÉDIAS RELATENT DES
FAITS VÉRIFIÉS PEUVENT
ÊTRE BIEN PLUS PUISSANTS
QUE LA PROPAGANDE DE
LEURS ADVERSAIRES

Malheureusement, l'objectivité vis-à-vis des faits – relater même ceux qui choquent nos amis ou ceux qui étaient censés rester dans l'ombre – ne garantit pas davantage une attitude neutre. En Hongrie, le soutien de George Soros aux médias indépendants a ainsi été attaqué par Viktor Orban ; dire la vérité au pouvoir fait des médias « *des ennemis publics* » selon Donald Trump ; et en Arabie saoudite, cela s'apparente à un crime capital.

En parallèle, dans le monde entier, le renforcement des capacités d'investigation des journalistes, soutenu notamment par le Global Investigative Journalism Network¹³ ainsi que par des fondations, a eu pour effet collatéral de fragiliser la sécurité qui devrait être inhérente à une prétendue ou réelle neutralité. Les compétences croissantes des enquêteurs, dont le travail met en cause les intérêts de puissances étatiques ou financières, entraînent de graves conséquences pour les journalistes – poursuites en diffamation, emprisonnements et même assassinats – qui ne font que renforcer le recul de la neutralité. Les journalistes sans aucun appui sont toujours plus vulnérables. Qu'ils prennent parti ou non, ils sont de plus en plus contraints de trouver des alliés – activistes, militants, entrepreneurs et citoyens attentifs, pour n'en nommer que quelques-uns. Ces derniers ont besoin des informations fournies par les journalistes pour prendre leurs décisions, tout comme les journalistes ont besoin de leur engagement en tant que public et porte-voix.

Quelle que soit leur vérité objective, les faits ne parlent pas d'eux-mêmes. Quelqu'un doit leur donner un sens et un impact. C'est bien cela dont le public a besoin et c'est ce qu'il attend des journalistes. C'est également ce que font les experts en « vraies *fake news* », fabriquées pour confondre et affaiblir – avec cynisme et succès –, en racontant les seuls faits qui soutiennent leurs ambitions, au besoin en les inventant.

Les journalistes n'ont pas besoin de devenir comme eux pour reconnaître qu'ils ne seront plus jamais « objectifs », sauf dans le sens crucial de la recherche de vérités éprouvées. Ils doivent dire clairement, à ceux qui ont besoin d'eux, ce qu'ils défendent et comment ils comptent le faire.

QUELLE QUE SOIT
LEUR VÉRITÉ OBJECTIVE,
LES FAITS NE PARLENT
PAS D'EUX-MÊMES

Mark Lee Hunter est le cofondateur du Stakeholder Media Project à l'Insead, ainsi que du Future Media Management Programme à la Stockholm School of Economics de Riga, Lettonie.

Luk N. Van Wassenhove est professeur à l'INSEAD, cofondateur du Stakeholder Media Project et directeur du Humanitarian Research Group de l'INSEAD.

N.B: La version initiale en anglais de cet article a été publiée le 10 mai 2019 sur le site du Global Investigative Journalism Network (gijn.org). Traduction Mark Lee Hunter.

Sources :

- 1 « An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News Reporting », Dan Schiller, *Journal of Communication*, v. 29, n° 4, p. 46-57, eric.ed.gov, 1979.
- 2 SPJ (Society of Professional Journalists), Code of Ethics, spj.org
- 3 « The Nation Media Group (A) : The Path to Growth », Mark Hunte, Luk Van Wassenhove, INSEAD, publishing.insead.edu, 27 July 2015.
- 4 « Study : Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda », Yochai Benkler, Robert Faris, Hal Roberts and Ethan Zuckerman, *Columbia Journalism Review*, cjr.org, March 3, 2017.
- 5 « Power is Everywhere : How stakeholder-driven media build the future of watchdog news » in *Story-Based Inquiry. A Manual for Investigative Journalists*, Mark Lee Hunter and others, Unesco, storybasedinquiry.com/manual, 2009.
- 6 « Fox News Drops "Fair and Balanced" Motto », Michael M. Grynbaum, *The New York Times*, nytimes.com, June 14, 2017.
- 7 « New York Times Tops 4 Million Mark in Total Subscribers », Jaclyn Peiser, *The New York Times*, nytimes.com, November 1, 2018.
- 8 « New York Times Co. Reports Revenue Growth as Digital Subscriptions Rise », Jaclyn Peiser, *The New York Times*, nytimes.com, May 3, 2018.
- 9 Digital News Report 2017 et 2018, Reuters Institute, digitalnewsreport.org
- 10 « Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver », Amy Mitchell, Katie Simmons, Katerina Eva Matsa and Laura Silver, Pew Research Center, pewresearch.org, January 11, 2018.
- 11 *High Country News*, Annual Report 2018, hcn.org.
- 12 « A Web of Watchdogs: Stakeholder Media Networks and Agenda-Setting in Response to Corporate Initiatives », Maria Besiou, Mark Lee Hunter & Luk N. Van Wassenhove, *Journal of Business Ethics*, v. 118, p. 709-729, springer.com, 20 November 2013.
- 13 gijn.org

La rem

Paraissant chaque trimestre, *La rem* est conçue et réalisée par l'Institut de recherche et d'études sur la communication (IREC), dirigé par Francis Balle, professeur à l'Université Paris 2.

UN TRIMESTRE EN EUROPE

Les événements les plus marquants ou les plus significatifs advenus au cours du trimestre écoulé dans l'un ou l'autre des pays membres de l'Union européenne ou du Conseil de l'Europe. Ces événements décrits et analysés sont classés en fonction de leur domaine d'élection :

le droit, les techniques, l'économie et les usages.

ARTICLES & CHRONIQUES

À propos d'un fait ou d'un événement de l'actualité récente, les articles ou les chroniques engagent une réflexion sur la signification qu'il revêt, assortie des commentaires qu'il est susceptible d'appeler. Articles et chroniques entendent ainsi ouvrir un débat, sinon prolonger ou enrichir une controverse.

REPÈRES & TENDANCES

Les faits et les événements advenus ailleurs, au-delà des frontières de l'Europe ; la vie des acteurs globaux, dès lors qu'elle marque de son empreinte les médias en Europe ; les mots, les expressions et les chiffres à retenir, puisqu'ils illustrent les évolutions ou les bouleversements dans le monde des médias ; au même titre que certains travaux d'observation ou d'analyse accessibles en ligne. Certains faits, apparemment insignifiants, ne manquent pas parfois d'être annonciateurs de changements particulièrement notables.

ISSN 2428-0356 - 15 €