



LA HAUTE REPRÉSENTANTE DE
L'UNION POUR LES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES ET LA
POLITIQUE DE SÉCURITÉ

Bruxelles, le 14.6.2019
JOIN(2019) 12 final

**COMMUNICATION CONJOINTE AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL
EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN
ET AU COMITÉ DES RÉGIONS**

Rapport sur la mise en œuvre du plan d'action contre la désinformation



A. Introduction

Protéger nos processus démocratiques et nos institutions contre la désinformation¹ est un défi majeur pour nos sociétés. Pour le relever, l'Union a mis en place un cadre solide pour une action coordonnée qui respecte pleinement nos valeurs et droits fondamentaux européens.

La force de la démocratie européenne se mesure à la participation active de ses citoyens. Le taux de participation record enregistré lors des dernières élections du Parlement européen montre à quel point les Européens engagés souhaitent jouer un rôle dans la construction de l'avenir de leur Union.

S'il est trop tôt pour tirer des conclusions définitives sur le niveau et l'incidence de la désinformation dans le contexte de ces élections, il est clair que les mesures prises dans le cadre du plan d'action conjoint contre la désinformation² et du «paquet électoral»³ spécifiquement conçu pour ces élections ont contribué à dissuader des attaques et à révéler au grand jour des activités de désinformation. Encouragés par ces actions, de nombreux journalistes, vérificateurs de faits, plateformes, autorités nationales, chercheurs et acteurs de la société civile ont contribué à sensibiliser le public à la manière de contrer la menace. La sensibilisation accrue de la population a compliqué la tâche des acteurs malintentionnés désireux de manipuler le débat public.

Cependant, la vigilance reste de mise et la lutte contre la désinformation doit se poursuivre. Il s'agit d'un défi à long terme qui concerne toutes les composantes de nos sociétés et exige un engagement et des efforts constants. Il convient de redoubler d'efforts pour protéger les processus démocratiques et les institutions de l'Union contre les manipulations et la désinformation.

Le rapport publié aujourd'hui par la Commission et la haute représentante dresse une première évaluation des progrès réalisés jusqu'à présent et présente les principaux enseignements à tirer pour l'avenir. Il explique plus en détail comment le plan d'action et le paquet électoral ont contribué à la lutte contre la désinformation dans le contexte des élections du Parlement européen. Il représente également la contribution de la Commission et de la haute représentante à la réunion du Conseil européen des 20 et 21 juin 2019.

¹ La Commission définit la désinformation comme des «informations dont on peut vérifier qu'elles sont fausses ou trompeuses, qui sont créées, présentées et diffusées dans un but lucratif ou dans l'intention délibérée de tromper le public et qui sont susceptibles de causer un préjudice public. La désinformation ne comprend pas les erreurs de citation, la satire, la parodie, ni les informations et commentaires partisans clairement identifiés» (COM(2018) 236). L'objectif de la désinformation consiste à distraire et diviser, pour semer le doute, en déformant et en falsifiant les faits, afin de désorienter les gens et d'affaiblir leur confiance dans les institutions et les processus politiques en place.

² JOIN(2018) 36.

³ Le paquet électoral comprend la communication de la Commission intitulée «Garantir des élections européennes libres et équitables» [COM(2018) 637], la recommandation de la Commission sur les réseaux de coopération électoral, la transparence en ligne, la protection contre les incidents de cybersécurité et la lutte contre les campagnes de désinformation à l'occasion des élections au Parlement européen [COM(2018) 5949]; les orientations de la Commission relatives à l'application du droit de l'Union en matière de protection des données dans le contexte électoral [COM(2018) 638]; le règlement (UE, Euratom) 2019/493 du Parlement européen et du Conseil du 25 mars 2019 modifiant le règlement (UE, Euratom) n° 1141/2014 en ce qui concerne une procédure de vérification relative aux infractions aux règles en matière de protection des données à caractère personnel dans le contexte des élections au Parlement européen (JO L 85I du 27.3.2019, p. 7).



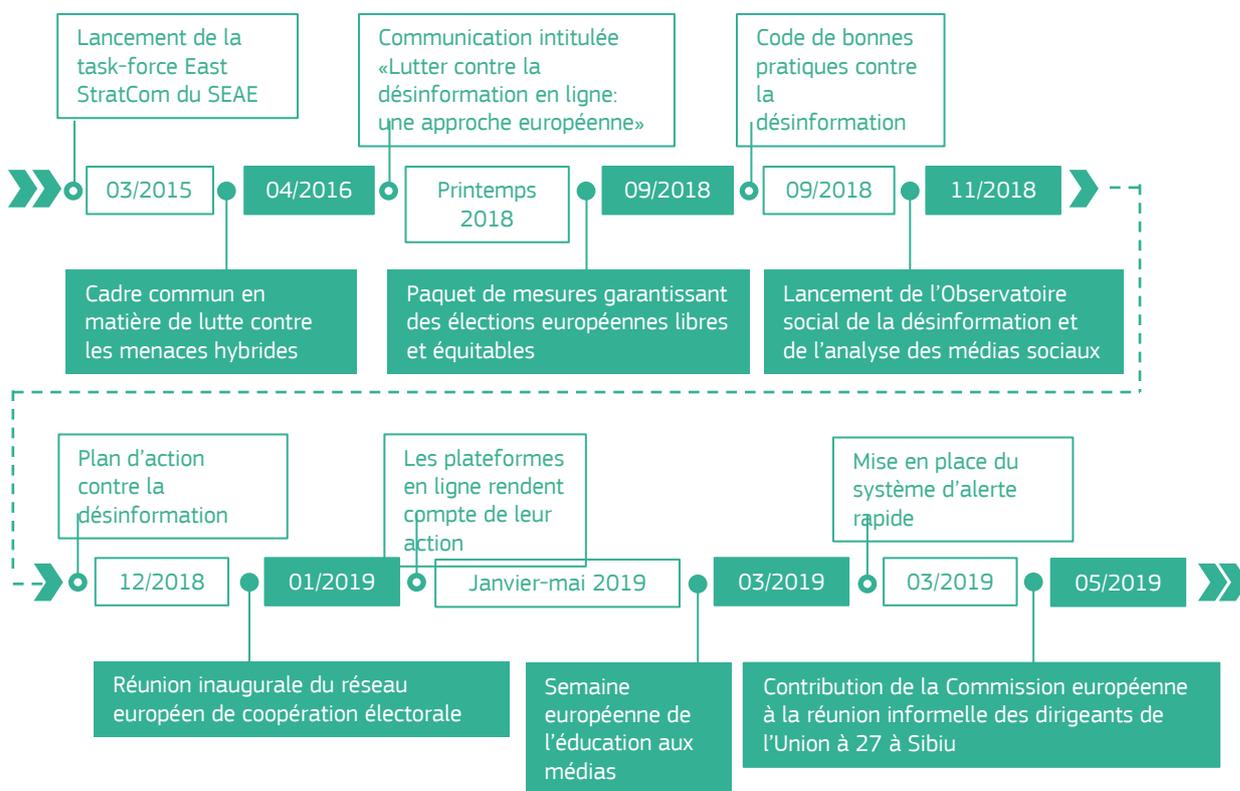
B. Vers une approche coordonnée de la lutte contre la désinformation

Avec l'adoption du plan d'action contre la désinformation, la Commission et la haute représentante ont mis en place un cadre solide pour faire face aux menaces tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Union. Tous les acteurs concernés, y compris les institutions européennes, les États membres, le secteur des services en ligne et la société civile, ont joué leur rôle dans le cadre de quatre volets d'action:

1. L'Union a renforcé ses capacités d'identification et de lutte contre la désinformation, par l'intermédiaire des task-forces sur la communication stratégique et de la cellule de fusion de l'Union contre les menaces hybrides au sein du Service européen pour l'action extérieure. Elle a également amélioré la réponse coordonnée à la désinformation en mettant en place un système d'alerte rapide facilitant les échanges d'informations entre les États membres et les institutions de l'UE.
2. L'Union a collaboré avec les plateformes en ligne et le secteur des services en ligne dans le cadre d'un code de bonnes pratiques non contraignant, afin d'accroître la transparence des communications politiques et de prévenir l'utilisation des services de ces acteurs à des fins de manipulation. Les utilisateurs peuvent ainsi savoir pourquoi ils voient certains contenus politiques et certaines annonces et voir d'où ils proviennent et qui en sont les auteurs.
3. La Commission et la haute représentante, en coopération avec le Parlement européen, ont contribué à accroître la sensibilisation et la résilience de la société face à la désinformation, notamment grâce à un recours accru aux messages factuels et à une intensification des efforts visant à promouvoir l'éducation aux médias.
4. La Commission a soutenu les efforts déployés par les États membres pour garantir l'intégrité des élections et renforcer la résilience des systèmes démocratiques de l'Union, en favorisant la collaboration, en fournissant des orientations et un soutien et en adoptant des mesures législatives.



Vue d'ensemble de l'action conjointe et coordonnée de l'UE contre la désinformation



1. Améliorer les capacités et renforcer la coordination des réponses

La Commission et la haute représentante ont renforcé les capacités de l'Union à détecter, à analyser et à révéler au grand jour la désinformation, ainsi qu'à garantir une réponse coordonnée, en particulier par l'intermédiaire du système d'alerte rapide. Pour ce faire, elles ont notamment renforcé les axes de travail concernés au sein de la direction générale de la communication et augmenté les ressources financières et humaines des task-forces sur la communication stratégique du Service européen pour l'action extérieure. Par exemple, l'augmentation du budget a aidé la task-force East Stratcom à étendre la portée de ses activités et à renforcer son travail de veille professionnelle.

Le système d'alerte rapide a facilité les échanges et partages d'informations journaliers entre les autorités de l'Union et les États membres sur un certain nombre de cas et de tendances en matière de désinformation.

À ce stade, les données disponibles n'ont pas permis d'identifier une campagne de désinformation transfrontière bien définie qui proviendrait de sources extérieures ciblant spécifiquement les élections européennes. Toutefois, les données recueillies ont révélé des activités de désinformation constantes et soutenues de la part de sources russes⁴ visant à réduire le taux de participation des électeurs et à influencer leurs préférences. Ces activités ont couvert un large éventail de sujets, allant de la contestation de la légitimité démocratique de l'Union à l'exploitation de débats publics clivants sur des

⁴ Le nombre de cas de désinformation attribués à des sources russes et enregistrés par la task-force East Stratcom depuis janvier 2019 (998) a doublé par rapport à la même période en 2018 (434).



thèmes tels que la migration et la souveraineté. Ceci confirme que les campagnes de désinformation déployées par des acteurs étatiques et non étatiques⁵ constituent une menace hybride pour l'Union.

Des acteurs malveillants ont constamment cherché à se servir de la désinformation pour défendre des opinions extrêmes et polariser des débats locaux, y compris au moyen d'attaques infondées contre l'Union. Des acteurs politiques nationaux se sont souvent approprié la tactique et les récits utilisés par des sources russes pour attaquer l'Union et ses valeurs⁶. D'autres acteurs extérieurs sont également intervenus.



Des acteurs malveillants ont exploité l'incendie de la cathédrale Notre-Dame pour illustrer le prétendu déclin des valeurs occidentales et chrétiennes dans l'Union. Ils ont aussi été prompts à attribuer la crise politique autrichienne et la chute du gouvernement qui en a résulté à l'«État profond européen», aux «services de sécurité allemands et espagnols» et à diverses personnes. La diffusion de récits concernant l'absence de pertinence des pouvoirs législatifs du Parlement européen et son contrôle par les lobbyistes visait à dissuader les électeurs de voter⁷.

Les tactiques employées par ces acteurs évoluent aussi rapidement que les mesures adoptées par les États et les plateformes en ligne. Au lieu de mener des opérations à grande échelle sur des plateformes numériques, ces acteurs, en particulier ceux liés à des sources russes, semblent désormais opter pour des opérations localisées de moindre ampleur, qui sont plus difficiles à détecter et à révéler.

Compte tenu du caractère de plus en plus sophistiqué des activités de désinformation et des difficultés éprouvées par les chercheurs indépendants pour accéder à des données pertinentes auprès des plateformes, un examen concluant de la portée et de l'incidence des campagnes de désinformation exigera du temps et des efforts concertés entre la société civile, le monde universitaire, les acteurs publics et les plateformes en ligne.

Le système d'alerte rapide a démontré sa valeur en favorisant une coordination plus étroite entre les institutions de l'Union et les autorités nationales. Le nombre de contacts entre autorités est en constante augmentation et l'outil est devenu un point de référence en matière de lutte contre la désinformation. Le système a également permis de renforcer la coopération avec les plateformes en ligne, même si ces dernières doivent encore faire preuve d'une plus grande réactivité aux signalements extérieurs de comportements non authentiques et de contenus malveillants. Le système d'alerte rapide a également facilité la coopération avec des partenaires internationaux, tels que le G7 et l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord, et cette coopération sera encore renforcée à l'avenir.

2. Mise en œuvre du code de bonnes pratiques contre la désinformation

Les plateformes en ligne sont devenues de puissants canaux d'information pour de nombreux citoyens de l'UE. Elles peuvent donc jouer un rôle clé dans la propagation de la désinformation. C'est la raison

⁵ Voir en particulier les annonces de Facebook concernant la suppression de pages, de groupes et de comptes dans d'autres pays <https://newsroom.fb.com/news/>.

⁶ <https://www.isdglobal.org/isd-publications/interim-briefing-propaganda-and-digital-campaigning-in-the-eu-elections/>.

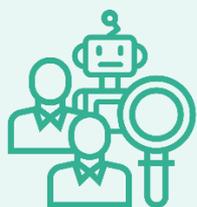
⁷ Pour de plus amples informations sur les cas de désinformation liés à ces questions, voir le portail EUvsDisinfo: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/>.



pour laquelle la Commission a enjoint aux plateformes d'intensifier leurs efforts de lutte contre la désinformation. En conséquence, les principales plateformes, dont Facebook, Google et Twitter, ainsi que des sociétés de logiciels et des organismes représentant le secteur de la publicité, ont adopté, en octobre 2018, un code de bonnes pratiques contre la désinformation⁸ reposant sur l'autorégulation. Ce faisant, ils se sont volontairement engagés à améliorer la transparence, l'obligation de rendre des comptes et la fiabilité de leurs services.

Dans la perspective des élections européennes de 2019, la Commission et le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels (ERGA)⁹ ont mené un suivi ciblé des actions entreprises par Facebook, Google et Twitter sur la base des rapports mensuels présentés par ces plateformes de janvier à mai 2019¹⁰. Ce suivi a permis de constater les progrès suivants:

- ▶ Les plateformes en ligne ont amélioré leur **contrôle des placements de publicité** afin de limiter les pratiques malveillantes (pièges à clics) et de réduire les recettes publicitaires de ceux qui publient de la désinformation. Leurs rapports mensuels ont fourni des chiffres détaillés, par État membre, sur le nombre de publicités retirées et de comptes publicitaires clôturés en raison de comportements frauduleux ou trompeurs¹¹.
- ▶ Les trois plateformes en ligne ont redoublé d'efforts pour améliorer la **transparence des publicités à caractère politique**, notamment en les soumettant à un étiquetage et en les rendant accessibles au public au moyen de bibliothèques d'annonces consultables.
- ▶ Les plateformes ont indiqué qu'elles avaient pris des mesures pour soutenir l'**intégrité de leurs services**. Elles ont déclaré avoir concentré leur attention sur les manipulations visant à accroître la visibilité des contenus par des opérations coordonnées, ainsi que sur l'utilisation abusive de logiciels robots et de faux comptes.



De janvier à mai, les plateformes en ligne ont pris des mesures contre les comportements non authentiques pour limiter la portée des pourriels et de la désinformation au niveau mondial. Google indique avoir supprimé, à l'échelle mondiale, plus de 3,39 millions de chaînes YouTube et 8 600 chaînes pour violation de ses règles en matière de pourriels et d'usurpation d'identité. Facebook a désactivé 2,19 milliards de faux comptes au cours du premier trimestre de 2019 et a pris des mesures spécifiques contre des pages, groupes et comptes (1 574 non établis dans l'UE et 168 établis dans l'UE) en raison d'un comportement non

⁸ En mai 2019, Microsoft est devenue signataire de ce code.

⁹ Un rapport complet sera adopté par l'ERGA lors de sa réunion des 20 et 21 juin 2019.

¹⁰ La Commission a publié ces rapports en même temps que son évaluation des progrès accomplis dans la mise en œuvre du code de bonnes pratiques.

¹¹ Parmi ces comportements figurent l'usurpation d'identité, les pourriels (spams), l'identité frauduleuse, les liens vers des «fermes à clics» et/ou des sites web «imposteurs». Au cours de la période de cinq mois considérée, Google a pris des mesures contre 131 621 comptes publicitaires établis dans l'UE pour violation de ses règles en matière d'identité frauduleuse, et contre 26 824 comptes publicitaires établis dans l'UE pour violation de ses politiques en matière de contenus originaux insuffisants; elle a également pris des mesures contre 1 188 comptes éditeurs établis dans l'UE pour violation de ses politiques en matière d'inventaire de valeur. Facebook a fait état de quelque 1,2 million de publicités contre lesquelles elle a pris des mesures dans l'UE pour violation de ses règles relatives aux contenus de faible qualité ou perturbateurs, aux contenus trompeurs ou faux, ou au contournement de ses systèmes. Twitter a déclaré avoir refusé 6 018 annonces ciblant l'UE pour violation de sa politique en matière de pratiques commerciales inacceptables dans le domaine de la publicité, ainsi que 9 508 annonces ciblant l'UE pour violation de sa politique en matière de publicités de qualité.



authentique ciblant les États membres de l'UE. Twitter a pris des mesures contre près de 77 millions de comptes de type «pourriel» ou de faux comptes au niveau mondial.

Les jours précédant les élections, les plateformes en ligne ont encore identifié et supprimé des comptes diffusant de la désinformation et des discours de haine, en réaction à des signalements émanant d'enquêteurs et de journalistes indépendants¹². Plus de 600 groupes et pages Facebook opérant en France, en Allemagne, en Italie, au Royaume-Uni, en Pologne et en Espagne auraient diffusé de la désinformation et des discours de haine ou utilisé de faux profils pour promouvoir artificiellement les idées de partis ou le contenu de sites qu'ils soutiennent. Ces pages ont généré 763 millions de vues. Des rapports de chercheurs, de vérificateurs de faits et de la société civile¹³ ont également mis en évidence d'autres exemples de tentatives de grande ampleur visant à manipuler le comportement des électeurs dans neuf États membres au moins.

En dépit de ces efforts, les plateformes doivent agir davantage pour lutter de manière efficace contre la désinformation. Même si Facebook a étendu sa politique de transparence aux publicités engagées¹⁴, alors que Google et Twitter ne l'ont pas fait, des interrogations subsistent en ce qui concerne l'efficacité des mesures de transparence prises par l'ensemble des signataires. En outre, les plateformes n'ont pas suffisamment progressé dans le renforcement de la transparence des sites web hébergeant des annonces, en partie en raison du manque de participation du secteur de la publicité.

Toutes les plateformes devraient également veiller à coopérer de manière active avec les vérificateurs de faits dans tous les États membres et donner aux utilisateurs les moyens de mieux détecter la désinformation, par exemple en mettant au point des indicateurs de fiabilité pour les sources d'information en collaboration avec les organisations de médias.

Les plateformes devraient également fournir à la communauté des chercheurs un véritable accès aux données, dans le respect des règles en matière de protection des données à caractère personnel. La coopération avec les chercheurs permettra une meilleure détection et une meilleure analyse des campagnes de désinformation, un suivi rigoureux de la mise en œuvre du code et un contrôle indépendant du fonctionnement des algorithmes. La Commission continuera à promouvoir l'adoption généralisée du code parmi toutes les parties prenantes concernées.

Avant la fin de l'année, la Commission évaluera l'efficacité du code à l'issue de sa période initiale de mise en œuvre de 12 mois. Si les résultats de cette évaluation n'étaient pas satisfaisants, elle pourrait proposer d'autres initiatives, y compris de nature réglementaire.

3. Sensibilisation et renforcement de la résilience de la société

Il est nécessaire d'unir nos forces pour lutter contre la désinformation et favoriser la résilience de la société. Cela peut se faire en responsabilisant les citoyens et la société civile et en garantissant une communication factuelle sur l'UE. Avant les élections européennes, les institutions de l'UE ont collaboré étroitement sur les points suivants:

¹² <https://www.theguardian.com/world/2019/may/22/far-right-facebook-groups-spreading-hate-to-millions-in-europe>.

¹³ Avaaz (2019): Far Right Networks of Deception; Institute for Strategic Dialogue (2019): 2019 EU Elections Information Operations Analysis: Interim Briefing Paper; Avaaz & Institute for Strategic Dialogue (2019): Disrupted: Evidence of Widespread Digital Disruption of the 2019 European Parliament Elections.

¹⁴ Concernant par exemple l'immigration, les valeurs politiques, les droits civils et sociaux, la sécurité et la politique étrangère, ainsi que la politique environnementale.



- **Sensibiliser la population à la désinformation:** les institutions de l'UE ont lancé un certain nombre d'initiatives, notamment des séminaires, des conférences et des points de presse à l'intention des médias, visant à sensibiliser la population à la désinformation dans les États membres de l'UE. Au total, des centaines de journalistes y ont participé, ce qui a donné lieu à une compréhension et à une couverture accrues des menaces liées à la désinformation. Des séances d'information pour des groupes de visiteurs, y compris durant la Semaine européenne de la jeunesse à Bruxelles, ont accueilli environ 200 participants issus de la société civile, des universités et d'organisations de jeunesse.



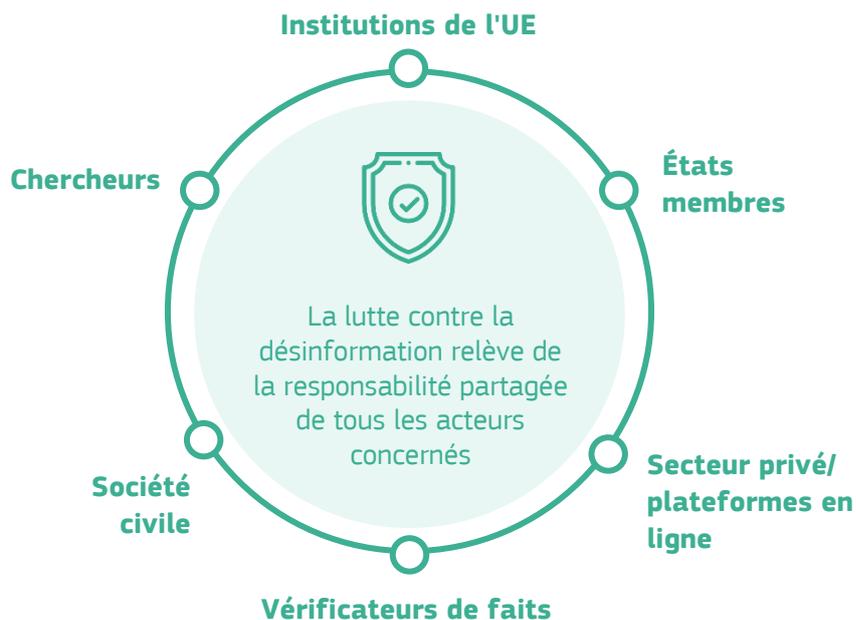
En raison des nouvelles règles de l'UE en matière de protection des données, un mythe a circulé en Allemagne, selon lequel les enfants ne pourraient pas attacher leurs lettres au Père Noël («Wunschzettel») au sapin de Noël de leur ville, comme le veut la tradition. Bien que lesdites règles aient été conçues pour empêcher que les données à caractère personnel soient utilisées sans la permission de la personne concernée, il n'est dit nulle part que les enfants ne peuvent pas dévoiler publiquement ce qu'ils veulent pour Noël, pour autant que leurs parents soient d'accord.

- **Mieux communiquer sur les politiques de l'UE:** afin d'accroître la sensibilisation et la compréhension quant à l'incidence qu'a l'UE sur le quotidien des citoyens, les institutions de l'UE ont déployé une stratégie de communication proactive multilingue visant à atteindre des millions de citoyens européens par l'intermédiaire des médias sociaux¹⁵ et de campagnes de communication¹⁶. Le Parlement européen a lancé une campagne de sensibilisation intitulée «Cette fois je vote»¹⁷ et plusieurs autorités nationales ont mené des actions similaires. La Commission et le Service européen pour l'action extérieure ont accru de manière significative leurs communications positives au moyen de campagnes spécifiques, touchant des millions de citoyens.
- **Renforcer la capacité de l'UE à réagir à la désinformation:** la Commission a collaboré avec le Service européen pour l'action extérieure et le Parlement européen pour produire et diffuser du matériel visant à sensibiliser les citoyens et à en finir avec les idées reçues, sur la base de l'expertise tant universitaire qu'institutionnelle. Le réseau interne de la Commission contre la désinformation a mené régulièrement des actions, en coopération avec d'autres institutions de l'UE, associant expertise politique et savoir-faire en matière de communication. Plusieurs représentations de la Commission ont créé des pages sur leurs sites web réfutant les idées reçues de longue date sur l'UE et ont mis en place des partenariats avec des vérificateurs de faits, des équipes de rédaction et d'autres initiatives de la société civile visant à faire taire la désinformation.

¹⁵ La Commission communique régulièrement, par l'intermédiaire de ses comptes sur les médias sociaux, sur le thème de la désinformation: entre janvier 2018 et avril 2019, elle a posté 57 publications sur Twitter, Facebook, Instagram et LinkedIn, qui ont généré 54 781 participations et donné lieu à 3 256 476 impressions (Twitter et Facebook uniquement) et à 385 655 vues par des comptes uniques (reach) (Facebook et Instagram uniquement).

¹⁶ «Une Europe qui tient ses engagements» (InvestEU, menée dans 16 États membres et visant plus de 240 millions de contacts potentiels en 2017-2018), «Une Europe qui donne les moyens d'agir» (EUandME, ciblant quelque 100 millions de jeunes de l'UE âgés de 18 à 35 ans et visant plus de 60 millions de contacts potentiels en 2018-2019) et «Une Europe qui protège» (ciblant les 35-55 ans – et visant près de 60 millions de contacts potentiels en 2018-2019).

¹⁷ Cette campagne a associé 300 000 personnes participant aux débats sur l'Europe dans leurs communautés locales et groupes sociaux, en ligne et hors ligne. Plus de 340 organisations paneuropéennes se sont associées au Parlement pour promouvoir les élections.



- ▶ **Renforcer la résilience de la société par l'éducation aux médias:** un niveau élevé d'éducation aux médias est essentiel pour permettre aux citoyens de prendre des décisions en connaissance de cause à l'ère numérique. Il s'agit d'une condition sine qua non pour l'existence d'une démocratie dynamique et moderne. Pour renforcer les initiatives d'éducation aux médias dans toute l'UE et mettre en lumière les bonnes pratiques, en particulier aux niveaux régional et national, la Commission a organisé la première Semaine européenne de l'éducation aux médias, qui a donné lieu à plus de 320 événements dans l'UE¹⁸. Conformément à la nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels¹⁹, les États membres seront tenus de renforcer les mesures d'éducation aux médias dans leurs cadres nationaux, en étroite coopération avec les régulateurs et les autres parties prenantes.
- ▶ **Donner à la société civile les moyens d'agir:** le réseau international de vérification des faits (International Fact-Checking Network) a créé une branche européenne de vérificateurs de faits indépendants couvrant 14 États membres et a lancé un site web en 11 langues de l'UE. La Commission continuera à faciliter la création d'une communauté pluridisciplinaire européenne de vérificateurs de faits et de chercheurs universitaires indépendants. Dans le cadre du programme Horizon 2020, la Commission a soutenu des investissements dans les nouvelles technologies concernant la vérification et la diffusion de contenus par les médias sociaux. Dans les pays relevant de la politique de voisinage de l'UE, elle a redoublé d'efforts pour établir des liens entre les sociétés civiles de l'UE et des pays partenaires. Cela a permis de définir et d'expérimenter des solutions élaborées au niveau local pour lutter contre la désinformation.

¹⁸ Cette initiative a été menée du 18 au 22 mars 2019, en coopération avec les États membres.

¹⁹ Directive (UE) 2018/1018 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018.



La Commission a lancé l'Observatoire pour l'analyse des médias sociaux (Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis, SOMA), destiné à faciliter la mise en réseau, l'échange de connaissances et le développement de bonnes pratiques parmi les vérificateurs de faits indépendants. Un premier groupe de 14 organisations européennes de vérification des faits a accès au SOMA, qui lance également des centres pluridisciplinaires de recherche sur la désinformation. Le mécanisme pour l'interconnexion en Europe fournira également un financement (2 500 000 EUR) en faveur de nouvelles infrastructures de services numériques visant à mettre en réseau les vérificateurs de faits et les chercheurs.

4. Protéger l'intégrité des élections

Depuis l'affaire Facebook/Cambridge Analytica et les révélations d'ingérences dans des élections aux quatre coins du globe, la Commission a pris des mesures fortes pour protéger l'intégrité des élections et accroître la résilience de la société, plus particulièrement par l'adoption de son «paquet électoral». Ces mesures ont permis d'obtenir des résultats concrets dans les domaines suivants:

- ▶ **une meilleure coordination entre les autorités électorales:** les réseaux électoraux composés d'autorités dotées de compétences pertinentes pour le contexte électoral, établis en coopération avec les États membres, ont permis d'améliorer la préparation aux menaces éventuelles et de renforcer la coordination des activités au niveau national et au niveau de l'UE avant les élections. Parmi leurs activités figuraient la définition des menaces et des lacunes, la préparation aux crises, des campagnes de sensibilisation, des efforts de lutte contre la désinformation, le suivi et le respect des règles applicables et des analyses des lois et procédures nationales applicables; La collaboration établie a permis de soutenir efficacement la préparation des élections dans les États membres et a contribué à atténuer certaines différences dans ce domaine complexe.
- ▶ **une meilleure protection contre les cybermenaces:** des exercices pratiques organisés avec le soutien de l'Agence de l'Union européenne chargée de la sécurité des réseaux et de l'information (ENISA), de la Commission et du Parlement ont contribué à renforcer la préparation et la résilience face aux cybermenaces²⁰. Les institutions de l'UE ont pris des mesures pour protéger leurs propres comptes sur les médias sociaux ainsi que ceux de leurs représentants clés sélectionnés²¹. Grâce à l'adoption d'un nouveau cadre juridique²², l'UE peut désormais imposer des sanctions (gel des avoirs, interdiction de voyager, par exemple) afin de dissuader et de contrer les cyberattaques qui constituent une menace extérieure pour l'Union ou ses États membres;

²⁰ Deux exercices organisés par l'ENISA ont aidé les autorités nationales à se préparer à des incidents visant à susciter des doutes quant à la légitimité des élections et à un scénario dans lequel des cyberattaques étaient menées sur des infrastructures critiques avant et pendant les élections européennes. Plus de 70 experts en gestion des incidents venant des États membres de l'UE ont participé au dernier exercice en mai 2019;

²¹ Service de veille sur les médias sociaux (Social Media Assurance Service – SMAS) fourni par l'équipe d'intervention de l'UE en cas d'urgence informatique.

²² Règlement (UE) 2019/796 du Conseil concernant des mesures restrictives contre les cyberattaques qui menacent l'Union ou ses États membres (JO L 129I du 17.5.2019, p. 1); décision (PESC) 2019/797 du Conseil concernant des mesures restrictives contre les cyberattaques qui menacent l'Union ou ses États membres (JO L 129I du 17.5.2019, p. 13).



- ▶ **L'utilisation abusive de données à caractère personnel:** afin d'apporter des éclaircissements sur les obligations en matière de protection des données, la Commission a publié des orientations²³ sur la manière d'appliquer le règlement général sur la protection des données dans le contexte électoral. Le comité européen de la protection des données a également publié une déclaration sur l'utilisation des données à caractère personnel dans le cadre de campagnes politiques²⁴, en s'engageant à collaborer avec d'autres autorités compétentes pour préserver la confiance dans la sécurité et l'intégrité des élections. En outre, de nouvelles mesures introduisant des sanctions en cas d'infraction aux règles de protection des données par des partis politiques européens sont entrées en vigueur²⁵. La Commission a recommandé aux États membres d'adopter la même approche au niveau national;
- ▶ **un renforcement de la transparence:** les États membres et les partis, fondations et campagnes politiques ont été invités à prendre des mesures pour accroître la transparence des communications et publicités à caractère politique. L'objectif était de permettre aux citoyens de l'UE de reconnaître les publicités et communications en ligne à caractère politique payantes et d'identifier l'entité qui les finance. Cela peut se faire, par exemple, par la mise à disposition, sur les sites web des entités concernées, d'informations relatives à leurs dépenses afférentes à leurs activités en ligne et aux critères de ciblage utilisés pour les publicités.

Sur la base de cette expérience, la Commission adoptera en octobre 2019 un rapport complet sur les élections, portant notamment sur la mise en œuvre du «paquet électoral».

C. Conclusions

Au cours de la période précédant les élections européennes, l'approche coordonnée de l'UE a contribué à renforcer la préparation et la coordination de la lutte contre la désinformation. L'analyse préliminaire montre qu'elle a contribué à révéler des tentatives de désinformation et à préserver l'intégrité des élections²⁶, tout en protégeant la liberté d'expression. Le taux de participation le plus élevé de ces vingt dernières années (50,97 %) est le reflet de l'intérêt des citoyens pour l'Union et de son importance pour leur quotidien.

Néanmoins, il ne faut pas céder au triomphalisme. La désinformation est une menace en évolution qui nécessite des recherches continues pour mettre à jour notre panoplie d'instruments d'action en fonction des nouvelles tendances et des nouvelles pratiques. Les sources malveillantes, qu'elles soient situées à l'intérieur ou à l'extérieur de l'UE, utilisent en permanence de nouvelles tactiques, en optant de plus en plus pour des opérations locales de moindre ampleur qui sont moins susceptibles d'être détectées et révélées. Leur objectif reste cependant le même: diviser notre société et saper la confiance des citoyens dans les processus et institutions démocratiques.

²³ COM(2018) 638.

²⁴ https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/201902_edpb_statementonelections_fr.pdf.

²⁵ Règlement (UE, Euratom) 2019/493 modifiant le règlement (UE, Euratom) n° 1141/2014 en ce qui concerne une procédure de vérification relative aux infractions aux règles en matière de protection des données à caractère personnel dans le contexte des élections au Parlement européen (JO L 85I du 27.3.2019, p. 7).

²⁶ Cet élément a également été reconnu par des acteurs et des médias indépendants. Une étude de l'Oxford Internet Institute a révélé que moins de 4 % des sources d'information partagées sur Twitter avant les élections européennes relevaient de la désinformation, tandis que 34 % étaient des médias professionnels traditionnels. D'après FactCheckEU, il y a eu moins de désinformation que prévu au cours de la période précédant les élections européennes et ce phénomène n'a pas dominé le débat comme cela avait été le cas à l'occasion des dernières élections au Brésil, au Royaume-Uni, en France ou aux États-Unis.



La protection de nos processus et institutions démocratiques contre la désinformation et les manipulations constitue un défi à long terme et appelle des efforts continus. Cela passera par une action conjointe des institutions de l'UE et des États membres et suppose de prévoir des ressources humaines et financières suffisantes pour mieux détecter, analyser et révéler les campagnes de désinformation ainsi que d'améliorer la préparation en vue de faire face aux campagnes de désinformation au niveau de l'UE et au niveau national. Le secteur privé, en particulier les plateformes en ligne, a une responsabilité particulière dans la lutte contre la désinformation.

La contribution de la Commission à la réunion informelle des dirigeants de l'UE à Sibiu le 9 mai²⁷ l'a indiqué sans ambiguïté: la montée des campagnes de désinformation ciblées restera un défi majeur à l'avenir, il faut donc une action conjointe des institutions de l'UE et des États membres pour contrer cette menace.

Le Service européen pour l'action extérieure et la Commission, conjointement avec les États membres, renforceront davantage encore la coopération au sein du système d'alerte rapide, notamment en élaborant une méthode commune d'analyse et de révélation des campagnes de désinformation et en établissant des partenariats plus solides avec les partenaires internationaux, tels que le G7 et l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord.

Avant la fin de l'année, la Commission rendra compte de la mise en œuvre du «paquet électoral» et évaluera l'efficacité du code de bonnes pratiques. Sur cette base, des actions supplémentaires pourront être envisagées pour assurer et améliorer notre réponse à long terme à la menace.

La Commission et la haute représentante sont résolues à poursuivre leurs efforts conjoints de protection de notre démocratie européenne contre la désinformation et les manipulations. Il est de notre responsabilité partagée de sauvegarder le droit des citoyens de l'Union à bénéficier d'informations factuelles, objectives et fiables.

²⁷ COM(2019) 218.