

Des progrès significatifs dans le retrait des contenus haineux sur les réseaux sociaux

Le 31 mai 2016, trois des principaux réseaux sociaux mondiaux et Microsoft signaient un Code de conduite avec la Commission européenne comprenant une série d'engagements pour lutter contre la diffusion en ligne de discours de haine illégaux en Europe. Les entreprises s'étaient notamment engagées à :

- mettre en place des « **procédures claires et efficaces** » d'examen des signalements de discours haineux illégaux diffusés via leurs services ;
- **examiner la majorité des signalements valides en moins de 24 heures** et, s'il y a lieu, retirer les contenus visés ou en bloquer l'accès ;
- **informer** leurs utilisateurs et les **sensibiliser** aux types de contenus qui ne sont pas autorisés en vertu de leurs règles et lignes directrices internes.

Le deuxième examen du respect de ce Code de conduite a été mené par la Commission sur une période de 7 semaines entre mars et mai 2017, analysant les **2575 signalements** par 31 organisations de la société civile et 3 autorités publiques. Les organisations et autorités ont notifié à Facebook, Twitter et YouTube les contenus qu'elles considéraient être des « discours de haine illégaux » sur le fondement de la [décision-cadre](#) sur la lutte contre le racisme et la xénophobie, qui érige en infraction pénale **l'incitation publique à la violence ou à la haine** visant un groupe de personnes ou un membre d'un tel groupe défini par référence à la race, la couleur, la religion, l'ascendance ou l'origine nationale ou ethnique. La majorité des notifications a porté sur les contenus xénophobes (17,8 %), antimusulmans (17,7 %), et dirigés à l'encontre de personnes d'origine ethnique (15,8 %).

Au cours de cet exercice, **Facebook** a reçu deux fois plus de notifications (1273) que **YouTube (658)** et **Twitter (644)**. La Commission européenne a salué le **renforcement des systèmes de notifications** des entreprises, **l'extension de leur coopération** avec la société civile, ainsi qu'une amélioration dans la **formation de leur personnel**. Ces efforts ont conduit à une **nette augmentation des retraits des contenus notifiés**, et ce dans un contexte de multiplication par quatre des signalements. Facebook a également été le plus rapide dans le traitement : 57,9 % des notifications ont été retirées dans les 24 heures (engagement respecté sur ce point), contre 42,6 % pour YouTube et seulement 14,3 % pour Twitter.

En France, **82 % des contenus notifiés ont été retirés**, plaçant le pays en quatrième position derrière la Hongrie, la Lituanie et Chypre. Parmi les organisations les plus impliquées, la Ligue Internationale Contre le Racisme et l'Antisémitisme (LICRA, France) a notifié 115 cas, contre 197 pour l'organisation italienne UNAR, la plus active.

Quelques progrès restent à faire en matière de **qualité du retour d'informations** sur la motivation de la décision, selon la Commission. Si Facebook « envoie bien un retour systématique d'informations aux utilisateurs sur la manière dont leurs signalements ont été traités, les pratiques divergent considérablement entre les entreprises », Twitter et

YouTube ne l'ont fait que dans 32,8 % et 20,7 % des cas, respectivement.