

Laurent Solly, Directeur Général de Facebook France

En introduction, le directeur général de Facebook France a insisté sur l'investissement de la plateforme pour lutter contre les interférences, surtout pendant les périodes d'élections. Facebook a en effet redoublé d'innovations technologiques et de modération dans ses ressources pour appliquer les règles de protection des données, et mis en place des outils de plus en plus efficaces et simples à utiliser pour les utilisateurs. A ce titre, Facebook a travaillé en France pendant plus de six mois avec un groupe commun d'équipes de l'entreprise et de hauts fonctionnaires français désignés par le gouvernement pour étudier les modalités de la régulation de contenus. Un rapport a ainsi été remis au gouvernement vendredi 10 mai 2019 à ce sujet. Selon Laurent Solly, ce travail montre à la fois la volonté de Facebook de prendre ses responsabilités mais aussi le partenariat et la discussion mises en place avec les autorités publiques sur la régulation des plateformes et de l'internet d'aujourd'hui. Lors de sa visite récente en France, Mark Zuckerberg a d'ailleurs exprimé publiquement l'engagement fort de Facebook devant le Président de la République.

Lutter contre la diffusion des fake news

A propos de la prolifération des *fake news* sur le numérique depuis un certain nombre d'années, Laurent Solly a souligné que Facebook avait mis en œuvre de grands moyens pour lutter contre ces fausses informations de manière concrète.

Le premier élément est de lutter contre les fausses pages. Celles-ci sont créées « *par un certain nombre d'entités, de personnes, parfois de structures, y compris proches d'Etats, et sont les premiers vecteurs de fausses informations* ». Pour éviter la naissance et l'installation de ces fausses pages, Facebook a investi dans des outils d'intelligence artificielle qui permettent de repérer une signature et/ou un comportement suspect. Plusieurs millions de tentatives de création de pages sont ainsi bloquées chaque jour. Au cours des six derniers mois de 2018, c'est 1,5 milliard de fausses pages qui ont été bloquées. Laurent Solly a par ailleurs rappelé que Facebook communiquait de manière transparente aux journalistes et au grand public sur l'origine de ces fausses pages. Par exemple la semaine dernière, Facebook a précisé avoir bloqué un certain nombre de fausses pages provenant de Russie. De même, l'entreprise a bloqué plus de 600 pages en une journée en Iran. Sur la question des messageries en ligne qui sont aussi victimes de la prolifération des fake news, Laurent Solly a également précisé que Facebook avait pris ses responsabilités notamment à travers des outils de sécurité particuliers (comme la limitation du nombre de contacts pour l'envoi d'un message sur WhatsApp).

La deuxième manière de lutter contre les *fake news* est le travail de Facebook en collaboration avec les *fact checkers* : « *Facebook ne peut pas arbitrer sur ce qui est vrai ou faux. Mais pour stopper ces fausses informations, l'entreprise doit travailler avec des partenaires, et sortir les contenus manifestement faux* ». Ainsi depuis 2017, l'entreprise a noué des liens avec des réseaux de *fact checkers* (AFP, Libération, Le Monde, France Média Monde et 20 minutes), permettant de répondre au signalement des utilisateurs.

L'AFP aide par exemple Facebook à *fact checker* du texte, des images et de la vidéo. Laurent Solly est ensuite revenu sur le processus de signalement d'une fausse information : un utilisateur va signaler un contenu, puis ces *fact checkers* vont vérifier si l'information est vraie ou non. Si elle s'avère fausse, alors son impression numérique est baissée de 80% sur la plateforme et l'accès potentiel aux ressources publicitaires est interdit. Laurent Solly a illustré son propos par deux études récentes publiées par l'université de Stanford et par le Monde qui ont constaté une baisse de la viralisation des fausses informations grâce à ces mécanismes.

Sur la rémunération et la distribution des revenus aux partenaires médias de Facebook, Laurent Solly a énoncé la mise en place de l'*Ad Break*, qui permet de monétiser par la publicité les contenus des éditeurs. De plus, il s'est félicité du succès des abonnements numériques pour les grands titres de presse. En effet, il a annoncé que les outils de marketing digital de Facebook ont permis au journal Le Monde d'accroître le nombre de ses abonnements numériques, montrant la volonté de la plateforme de chercher en permanence à créer de la valeur pour eux, soit en partageant les outils de monétisation publicitaire comme l'*Ad Break*, soit en construisant des stratégies de croissance des abonnés.

Enfin, la dernière manière de lutter contre les *fake news* est l'éducation et la formation des utilisateurs. Pour cela, Facebook a simplifié le processus de signalement qui peut se faire en deux clics sur un portable et a fait une campagne spécifique de sensibilisation pour les élections européennes.

Un travail en nécessaire collaboration avec les autorités publiques

Le directeur général de Facebook France a ensuite rappelé que grâce aux outils d'intelligence artificielle, 99,6% des contenus à caractère terroriste sont bloqués de façon pro-active sur la plateforme. « *L'objectif de Facebook est d'atteindre ce chiffre dans toutes les catégories de contenus* » : haine, violence, et harcèlement, qui sont plus difficile à vérifier de manière pro-active. Néanmoins, Laurent Solly a souligné que ce travail devait être fait avec les autorités publiques car il est difficile de déterminer précisément ce qu'est un contenu de harcèlement, ou ce qu'est une fausse information.

Sur l'organisation de la régulation partagée entre les Etats et Facebook, Laurent Solly a rappelé que l'Europe avait déjà une réflexion à travers la publication du RGPD. Concernant sa mise en place, il a cité Mark Zuckerberg : « *si l'on avait à écrire aujourd'hui les règles d'internet, on ne les écrirait certainement pas en 2019 comme on a pensé internet il y a 10 ans* ». Le point sur la régulation est donc de dire que les entreprises comme Facebook ont des responsabilités sur les élections, la modération des contenus et la portabilité des données mais que la puissance publique doit aussi être associée à cette réflexion. La régulation doit en effet suivre un processus démocratique d'après Mark Zuckerberg car les entreprises privées ne peuvent pas à elles seules édicter ces règles-là. Par exemple, Facebook a changé ses règles en matière de publicité politique mais les Etats doivent aussi légiférer et adapter leur législation sur le numérique.

A propos du statut de Facebook en tant que géant du web en situation de monopole et sur

l'appel de Chris Hughes, co-fondateur de Facebook, au démantèlement de la plateforme, Laurent Solly a répondu d'une part que cette action de démantèlement ne pouvait pas aider à résoudre les problèmes. En effet selon lui, Facebook a la capacité d'être au contraire une ressource et peut instaurer un dialogue et des moyens pour répondre aux challenges comme les interférences politiques, les fausses informations, les fausses pages, ou encore la modération des contenus. D'autre part, Laurent Solly a rappelé que Facebook n'était pas en situation de monopole mais bien en concurrence avec de nombreux autres acteurs comme iMessage ou WeChat sur les messageries, ou encore YouTube pour le partage de vidéos. Pour conclure, Laurent Solly a rappelé que Facebook était une jeune entreprise qui a très vite compris la responsabilité qu'elle avait, en montrant de manière la plus transparente possible les moyens qu'elle a mis en place pour assurer cette responsabilité.