



Berne, le 10 mai 2017

Un cadre juridique pour les médias sociaux: Nouvel état des lieux

Rapport complémentaire du Conseil fédéral sur
le postulat Amherd 11.3912 "Cadre juridique
pour les médias sociaux"

Résumé

Le 9 octobre 2013, en réponse au postulat Amherd 11.3912 du 29 septembre 2011, le Conseil fédéral a adopté le rapport "Un cadre juridique pour les médias sociaux" à l'intention des Chambres fédérales (ci-après rapport sur les médias sociaux 2013). Parallèlement, il a chargé le DETEC de présenter avant fin 2016 un nouvel état des lieux concernant le cadre juridique relatif aux médias sociaux.

Un nouveau rapport était notamment nécessaire parce qu'au moment où le rapport sur les médias sociaux 2013 se penchait sur cette thématique, des analyses approfondies de plusieurs domaines étaient en cours et que des lois nationales et des dispositions internationales faisaient l'objet d'une révision complète.

Depuis 2013, le comportement des utilisateurs de médias sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, etc.) a changé. Les formes d'utilisation et les offres se sont multipliées. S'agissant de la formation de l'opinion publique, de manière générale les médias sociaux gagnent en importance. Cette évolution s'explique par le fait que la population (surtout les jeunes) s'informe de plus en plus par ce biais et que les médias de masse traditionnels reprennent de plus en plus des contenus publiés sur les médias sociaux. La frontière entre médias traditionnels et médias sociaux s'estompe.

A l'échelle internationale, on constate une tendance générale à influencer, voire à manipuler, le discours politique par le biais de fausses informations (phénomène des *fake news*). Les particularités et la fonction des médias sociaux, comme l'anonymat des auteurs et l'intérêt croissant pour des contenus invraisemblables et surprenants (mécanisme de l'économie de l'attention), attisent ce phénomène. Les *fake news* atteignent une nouvelle dimension du fait qu'elles sont désormais générées automatiquement par des programmes (les robots sociaux). A l'étranger, des mesures juridiques contre leurs effets négatifs sont envisagées. En Suisse, il convient encore d'observer l'évolution dans ce domaine.

Les *trusted flaggers* sont devenus des acteurs incontournables dans la lutte contre les contenus problématiques. Lorsqu'ils signalent une vidéo violente par exemple, leur message est traité en priorité et la vidéo supprimée rapidement. En Suisse, l'Office fédéral de la police (fedpol) exerce cette fonction pour YouTube et signale principalement la propagande terroriste et les actes de violence. Il serait souhaitable que fedpol puisse étendre cette activité à d'autres plateformes de médias sociaux.

Comme le montre le présent état des lieux, les questions soulevées dans le rapport sur les médias sociaux 2013 ont été largement prises en considération dans les projets de réglementation encore en cours. Le Conseil fédéral estime donc qu'il n'est actuellement pas nécessaire de prendre des mesures de réglementation supplémentaires en ce qui concerne les médias sociaux.

Le droit au transfert des données fait l'objet d'une analyse complète de la situation juridique en Suisse, dans l'UE et dans quelques pays comparables. Les résultats devraient être présentés fin 2017 dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie fédérale "Suisse numérique". Les travaux sont placés sous l'égide du Département fédéral de justice et police (DFJP).

Le droit suisse en vigueur ne contient pas de prescriptions spécifiques régissant le signalement de la publicité sur les médias sociaux en dehors des prescriptions générales du droit contre la concurrence déloyale. Avec la popularité et la professionnalisation croissantes des stars des médias sociaux, les plateformes connaissent un succès grandissant en tant que canaux de diffusion d'offres publicitaires commerciales. La protection de la libre formation de l'opinion exige d'étendre aux médias sociaux l'obligation de transparence applicable à la radio et à la télévision. Actuellement, cette question (ainsi que d'autres) fait l'objet d'un examen visant à déterminer s'il convient d'harmoniser certains points du droit suisse avec les prescriptions et projets de réglementation européens correspondants.

Faire appliquer le droit reste toujours problématique compte tenu du caractère international des médias sociaux. Comme le prouvent plusieurs interventions parlementaires, ce thème retient l'attention au niveau politique. En mars 2017, le Conseil des Etats a demandé à la commission compétente de procéder à l'examen préalable de la motion Levrat 16.4082 "Faciliter l'accès des autorités de poursuite

pénale aux données des réseaux sociaux". Le Tribunal fédéral s'est aussi penché sur cette question. La Suisse soutient et poursuit avec détermination les efforts déployés, notamment par le Conseil de l'Europe, en vue de trouver une solution concrète au niveau international.

Table des matières

1	Introduction: Pourquoi actualiser l'état des lieux?	6
2	Nouveautés depuis le dépôt du postulat Amherd 11.3912	6
2.1	Généralités	6
2.2	Utilisation de médias sociaux	7
2.2.1	Les offres des entreprises journalistiques sur les médias sociaux	8
2.2.2	Reprise de contenus de médias sociaux par les médias traditionnels	9
2.3	Nouveaux réseaux sociaux sur le marché	10
2.4	Nouveaux danger, nouvelles évolutions	10
2.4.1	Atteinte à la réputation, <i>trolling</i>	10
2.4.2	Opportunités et risques pour le débat politique	11
2.4.3	<i>Fake news</i> : Manipulation par des affirmations de faits volontairement fausses	11
2.4.4	Robots sociaux: des programmes automatisés qui interviennent sur les médias sociaux comme des personnes	13
2.4.5	Les stars des médias sociaux	18
2.5	Nouveaux instruments internationaux pour la réglementation des médias sociaux	19
2.5.1	Extension de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels	19
2.5.2	Autres instruments internationaux en lien avec les médias sociaux	21
2.5.3	Nouveaux instruments internationaux destinés à renforcer la protection des données	22
3	Projets de réglementation en Suisse	24
3.1	Révision du droit sur la protection des données	24
3.2	Protection de la jeunesse face aux médias	24
3.3	Révision du droit des télécommunications	26
3.4	Loi fédérale sur les médias électroniques	27
3.5	Révision totale de la LSCPT	28
3.6	Loi fédérale sur le renseignement	28
4	Etat des travaux de suivi sur le rapport de postulat de 2013	28
4.1	Généralités	28
4.2	Droit civil: responsabilité des exploitants de plateformes	29
4.3	Droit au transfert des données (portabilité des données)	30
4.4	Droit des télécommunications: application de dispositions de la LTC aux médias sociaux	31
4.5	Améliorer les compétences de la population en matière de médias	31
5	Evolution du droit en matière de médias sociaux	32
5.1	Généralités	32
5.2	Atteinte aux intérêts individuels par les exploitants de plateformes	32
5.2.1	Problème de fond: les utilisateurs manquent de contrôle sur leurs propres données	32
5.2.2	Droit à l'effacement	33
5.2.3	Recommandations de bonne pratique	34
5.3	Atteinte aux intérêts individuels portée par des tiers	34
5.3.1	Atteinte à l'honneur personnel et économique	34
5.3.2	Cyberintimidation et cyberharcèlement (cyberbullying et cyberstalking)	35
5.3.3	Usurpation d'identité et autres manipulations malveillantes	37
5.3.4	Surveillance des propos tenus sur les réseaux sociaux (monitoring des médias sociaux)	38
5.3.5	Violation du droit d'auteur sur les plateformes de médias sociaux	38
5.4	Atteinte à des intérêts communs	38

5.4.1	Propos racistes et discriminatoires (discours haineux)	38
5.4.2	Exploitation et abus sexuels, pornographie	39
5.4.3	Rassemblements de masse constituant une menace pour l'ordre public	40
5.5	Personnes ayant des besoins de protection particuliers	41
5.5.1	Enfants et adolescents	41
5.5.2	Salariés	43
5.5.3	Personnes souffrant d'un handicap	43
5.6	Application du droit	46
5.6.1	Généralités	46
5.6.2	Responsabilité des fournisseurs pour les contenus de tiers	46
5.6.3	Poursuite des auteurs de contenus illicites publiés sur des plateformes	47
5.6.4	Autres aspects de l'application du droit dans un contexte transfrontalier	48
5.6.5	Suppression et décisions de blocage	49
6	Résumé (bilan intermédiaire).....	51
7	Mesures recommandées et suite du processus	52
8	Répertoires	54
8.1	Liste des abréviations.....	54
8.2	Liste des interventions parlementaires 2013 à 2016	57
8.3	Publications	59
8.4	Répertoire des lois	60

1 Introduction: Pourquoi actualiser l'état des lieux?

Le présent rapport a pour but de dresser un état des lieux actualisé concernant les bases juridiques relatives aux médias sociaux. Le 9 octobre 2013, le Conseil fédéral a adopté un premier rapport à l'intention des Chambres fédérales (ci-après: rapport sur les médias sociaux 2013)¹, en réponse au postulat Amherd 11.3912 "Donnons un cadre juridique aux médias sociaux" du 29 septembre 2011². Simultanément, il a chargé le DETEC de lui soumettre avant fin 2016 un état des lieux actualisé. Le document devait notamment prendre en considération les analyses juridiques et les travaux de révision en cours dans les domaines de la protection des données et de la protection de la jeunesse face aux médias. Vu les nouveaux développements importants, notamment en lien avec la loi sur la protection des données (mise en consultation fin décembre 2016), la protection de la jeunesse face aux médias et d'autres domaines juridiques pertinents, le DETEC a présenté un nouvel état des lieux quelques mois plus tard.

Dans son rapport sur les médias sociaux 2013, le Conseil fédéral était arrivé à la conclusion que, sur la base des expériences faites jusque-là, le droit suisse en vigueur ne présentait aucune lacune réglementaire majeure. Appliquées de manière avisée, les règles de droit générales permettaient d'apporter une réponse adéquate à la plupart des problèmes que posent ou pourraient poser les médias sociaux à la collectivité et aux utilisateurs. Il n'était pas nécessaire d'élaborer une loi spécifique pour répondre aux nouveaux défis liés aux médias sociaux. Le Conseil fédéral constatait néanmoins que des améliorations ponctuelles du dispositif légal étaient envisageables. Pour cette raison, des vérifications étaient nécessaires ou déjà en cours dans plusieurs domaines (par exemple en ce qui concerne la protection des données ou de la jeunesse)³.

2 Nouveautés depuis le dépôt du postulat Amherd 11.3912

2.1 Généralités

Le présent chapitre présente les évolutions survenues depuis la rédaction du premier rapport, en 2013, suite aux avancées techniques et aux changements d'habitudes d'utilisation suscités par l'essor des médias sociaux. Il traite aussi des phénomènes dont les effets problématiques se sont accentués ces dernières années (p. ex. les robots sociaux).

Depuis 2013, les chiffres sur l'utilisation de l'internet, déjà élevés à l'époque, augmentent constamment, entre 6% et 3% suivant la fréquence d'utilisation⁴. La hausse est particulièrement marquée pour les médias sociaux. En 2015, en Suisse, 63% de la population accédait à l'internet en utilisant un appareil mobile, en premier lieu un smartphone⁵.

¹ <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/informations-de-l-ofcom/communiqués-de-presse.msg-id-50504.html>

² 11.3912 "Un cadre juridique pour les médias sociaux". Dans son postulat du 29 septembre 2011, la conseillère nationale Viola Amherd signale que les médias sociaux apportent une nouvelle dimension dans la communication et l'utilisation des médias qui menace de remettre en cause l'application de lois nationales et de valeurs clés. Cela concerne notamment des règles au sujet de la protection des données, de la lutte contre le racisme ou, plus généralement, de la protection de la sphère privée. Toujours selon elle, il est possible qu'il faille réguler les médias sociaux au moyen d'une législation propre. Dans le postulat, la conseillère nationale demandait au Conseil fédéral, par la transmission du postulat, d'établir un rapport sur l'état actuel de la législation sur les médias sociaux; disponible sous <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20113912>

³ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 8, p. 82

⁴ Selon l'étude de l'Office fédéral de la statistique (OFS) "Utilisation d'internet en Suisse, évolution en % des individus de 14 ans et plus", 84% des sondés (octobre 2015 à mars 2016) indiquaient utiliser l'internet plusieurs fois par semaine. 88.9% disaient avoir utilisé l'internet au cours des 6 derniers mois. En 2011, ces chiffres étaient de 78.5% respectivement 85.2%; disponible sous: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationengesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/internetnutzung.html>

⁵ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs-generaux/menages-population/utilisation-internet-mobile.html>

Les médias sociaux peuvent se présenter sous différentes formes, par exemple:

- Réseaux (p. ex. Facebook, Google+, Xing, LinkedIn, Myspace, Mixi, Taringa!, Orkut, Skyrock, Renren, Qzone, academia);
- Microblogs (Tumblr, Twitter, Sina Weibo);
- Encyclopédies en ligne (Wikipedia);
- Forums, newsgroups et listes de diffusion par courriel;
- Social news (Huffington Post, BuzzFeed, Slashdot, Watson);
- Pages média (YouTube, Instagram, Flickr, SoundCloud, Last.fm, Musical.ly, Vine, DeviantArt);
- Sites sociaux de questions-réponses (Yahoo Answers, Quora, Ask.fm);
- Portails d'évaluation par les clients (Amazon, Yelp);
- Pages d'aperçu (Pinterest, Reddit, StumbleUpon, delicious);
- Plateformes de messagerie (Snapchat, WhatsApp, Kik);
- Plateformes de recherche de partenaires (Tinder);
- Réseaux géolocalisés (Foursquare, Meetup).

2.2 Utilisation de médias sociaux

En 2015, 88% de la population suisse utilisait l'internet. Selon un rapport de recherche réalisé par l'Université de Zurich en 2015, 50% des internautes suisses utilisaient des réseaux sociaux privés ou des communautés en ligne, 30% également dans un but professionnel. Dans l'ensemble, en Suisse, 59% des internautes utilisent les médias sociaux à titre professionnel ou privé. Au total, 82% des utilisateurs (48% des internautes) se rendent sur les réseaux sociaux en ligne au moins une fois par semaine et 63% se connectent tous les jours. La proportion de la population suisse qui utilise les réseaux sociaux à titre professionnel ou privé a augmenté de 10% depuis 2011. En 2015, l'utilisation à titre professionnel a nettement augmenté par rapport à 2013 (+12%). Les jeunes adultes (20-29 ans) utilisent les médias sociaux le plus fréquemment, suivis par les 14-19 ans. Seuls 16% des personnes âgées de 70 à 84 ans recourent à ces outils⁶.

Avec 1.7 milliard d'utilisateurs (état: juillet 2016), Facebook est le média social le plus utilisé au monde. Instagram et Google+ sont également très prisés avec chacun 500 millions d'utilisateurs, suivis de LinkedIn (433 millions), Twitter (320 millions), Snapchat et Pinterest (chacun 100 millions)⁷.

Les médias sociaux se sont imposés dans la communication des entreprises. Environ 90% des entreprises suisses interrogées, y compris les autorités et organisations sans but lucratif, sont actives sur des plateformes – les deux plus utilisées étant Facebook et YouTube, suivies par Twitter, Xing et LinkedIn, Google+, Blogs et Instagram. Ces canaux deviennent des outils de communication centraux⁸.

⁶ Latzer Michael/Just Natascha/Metreveli Sulkhan/Saurwein Florian, Internet-Anwendungen und deren Nutzung in der Schweiz. Themenbericht aus dem World Internet Project-Switzerland 2013, Universität Zürich, Zürich, p. 21s http://www.mediachange.ch/media/pdf/publications/Anwendungen_Nutzung_2013.pdf (en allemand uniquement)

⁷ Aperçu actuel des statistiques sur les réseaux sociaux; disponible sous: <http://socialmedia-institute.com/uebersicht-aktueller-social-media-nutzerzahlen/> (en allemand uniquement)

⁸ Bernet PR AG für Kommunikation ZHAW, étude sur les médias sociaux en Suisse 2016; disponible sous: http://www.bernet.ch/Social_Mediastudie (en allemand uniquement)

Alors que l'utilisation de la radio et de la télévision reste relativement stable⁹, celle de l'internet, et en particulier des médias sociaux, affiche une forte augmentation au cours des quinze dernières années. L'utilisation des médias varie grandement en fonction de l'âge. Avec près de quatre heures et demie par jour, les 15 à 34 ans sont, de loin, les utilisateurs les plus assidus de l'internet. On observe aussi que les jeunes consomment moins de programmes de radio et de télévision, mais passent plutôt leur temps sur l'internet¹⁰.

2.2.1 Les offres des entreprises journalistiques sur les médias sociaux

Le rapport sur les médias sociaux 2013 a mis en lumière l'interaction entre les médias sociaux et les médias traditionnels, conçus selon des critères journalistiques¹¹. Alors que les mass-médias traditionnels contribuent à donner une meilleure visibilité aux plateformes de médias sociaux, celles-ci leur servent aussi désormais de plus en plus de sources d'information et leur donnent accès à des nouveautés. Cette tendance s'est renforcée ces dernières années.

2.2.1.1 Evolutions dans les autres services journalistiques de la SSR

Les entreprises de médias traditionnelles (p. ex. les radiodiffuseurs) sont de plus en plus actives sur les réseaux sociaux. Cette évolution est particulièrement marquée à la SSR. Sa présence sur les médias sociaux entre dans la catégorie des autres offres journalistiques, qui sont aussi financées par la redevance de réception en vertu de l'art. 25, al. 3, let. b, de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV; RS 784.40)¹².

Avec la révision partielle de la LRTV, entrée en vigueur mi-2016, la compétence en matière de surveillance des autres services journalistiques de la SSR a été transférée de l'OFCOM à l'autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision (AIEP)¹³. Dans un premier temps, les intéressés doivent adresser une réclamation au service de médiation de la SSR compétent; une fois le rapport final de ce dernier publié, ils ont alors 30 jours pour déposer un recours auprès de l'AIEP afin de vérifier si la SSR a respecté les prescriptions légales.

La révision de la LRTV a précisé les exigences juridiques que la SSR doit remplir en dehors de ses programmes de radio et de télévision traditionnels.

En vertu du nouvel art. 5a LRTV, les contenus de la rédaction diffusés dans les autres services journalistiques de la SSR doivent satisfaire aux règles minimum applicables aux programmes traditionnels, édictées à l'art. 4 (p. ex. respect de la dignité humaine et des droits fondamentaux, mais aussi de l'objectivité) et à l'art. 5 (protection de la jeunesse) de la LRTV. L'obligation de diversité (art. 4, al. 4, LRTV) ne s'applique pas à tous les autres services journalistiques de la SSR, mais seulement aux dossiers consacrés aux élections ou aux votations.

Les contenus générés par les utilisateurs publiés dans les autres services journalistiques de la SSR (*user generated content*) ne sont pas soumis aux exigences minimales de la LRTV. Dans la colonne

⁹ Rapport d'analyse de la définition et des prestations du service public de la SSR compte tenu de la position et de la fonction des médias électroniques privés – Rapport du Conseil fédéral du 17 juin 2016, en réponse au postulat 14.3298 de la Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats (CTT-E), chap. 9.1.2, p. 71; disponible sous: <https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/fr/dokumente/Elektronische%20Medien/Medienpolitik/service-public-bericht.pdf.download.pdf/Bericht%20Service%20public.pdf>

¹⁰ Rapport d'analyse de la définition et des prestations du service public de la SSR compte tenu de la position et de la fonction des médias électroniques privés – Rapport du Conseil fédéral du 17 juin 2016 en réponse au postulat 14.3298 de la Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats (CTT-E), chap. 9.1.1, p. 70ss

¹¹ Rapport sur les médias sociaux 2013, ch. 2.3.5, p. 12

¹² Rapport sur les médias sociaux 2013, ch. 6.3, p. 72

¹³ Message relatif à la modification de la loi fédérale sur la radio et la télévision du 29.5.2013; FF 2013 4463 <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2013/4425.pdf>; voir aussi Rieder Pierre, Beschwerdemöglichkeit gegen Online-Inhalte der SRG – Die Neugestaltung der Aufsicht über das übrige publizistische Angebot der SRG, *medialex Jahrbuch für Medienrecht* 2016, p. 32ss (en allemand uniquement)

de commentaires des blogs ou dans des forums, ces contributions n'ont guère plus d'importance que les publications des lecteurs dans les médias imprimés¹⁴. Elles sont néanmoins soumises aux règles internes de la SSR (autocontrôle de la SSR au moyen de la nétiquette).

En 2017, suite à une réclamation émanant du public, l'organe de conciliation alémanique de la SSR a examiné la question des commentaires sur SRF News¹⁵. Dans son rapport final, il a souligné que le public était devenu un partenaire de discussion plus important. Les opinions exprimées sur les espaces d'échange numériques sont devenues indispensables et il serait absurde de supprimer la fonction des commentaires en raison de dérapages malveillants ou tendanciellement racistes. Il est important toutefois que des membres de la rédaction de SRF News filtrent les commentaires et les activent manuellement sur la base de la nétiquette. SRF pourrait aussi renforcer le pilotage du discours, p. ex. en mettant en évidence certaines contributions du public, ou au moyen de correctifs sous forme de brèves contributions de la rédaction.

2.2.1.2 Offre en ligne des autres entreprises de médias

Les médias sociaux des autres entreprises de médias sont soumis à un régime juridique moins rigoureux que les autres services journalistiques de la SSR financés par la redevance. Il leur suffit d'observer les dispositions légales générales applicables aux déclarations publiques (p. ex. l'interdiction de la diffamation, de la discrimination raciale et des appels à la violence).

L'expérience a montré que, dans les médias sociaux à caractère journalistique, les contributions rédactionnelles respectent généralement les limites posées par le droit pénal et le droit civil, contrairement aux commentaires méprisants de certains lecteurs (*user generated content*). De tels commentaires peuvent avoir des conséquences pour leurs auteurs, mais, des conséquences juridiques ne sont pas non plus exclues pour les rédacteurs responsables (p. ex. en cas de commentaires anonymes), bien qu'aucun jugement ne soit allé dans ce sens ces dernières années.

Pour les entreprises de médias, le ton que prennent désormais les débats devient un véritable problème. Ainsi, depuis le 8 février 2017, la Neue Zürcher Zeitung a désactivé la colonne des commentaires sur la plupart de ses articles en ligne. Elle justifie cette décision par le fait que les lecteurs s'insultent de plus en plus dans des contextes qui, auparavant, auraient donné lieu à des discussions contradictoires. De nombreux commentaires ne contiennent plus d'informations, mais sont empreints d'un absolutisme qui en soi exclut les autres. Le but de la NZZ est de réinstaurer une culture du débat constructive¹⁶.

2.2.2 Reprise de contenus de médias sociaux par les médias traditionnels

Ces dernières années, les journalistes ont de plus en plus tendance à reprendre, sans les vérifier, des contenus initialement publiés sur des médias sociaux. En étant rediffusés dans les médias de masse, ces contenus atteignent un public nettement plus large et ont donc un effet nettement plus fort. Quand il ne s'agit pas de déclarations de personnalités publiques, la diffusion a souvent lieu contre la volonté des personnes concernées, et il n'est pas rare qu'une procédure soit engagée.

En 2016 par exemple, l'organe de conciliation alémanique de la SSR a dû traiter la réclamation d'un client des CFF mécontent dont le tweet avait été diffusé de façon non anonyme dans l'émission de télévision 10vor10¹⁷. Dans son rapport, il s'est rallié aux arguments juridiques de la rédaction, d'après

¹⁴ Message relatif à la modification de la loi fédérale sur la radio et la télévision du 29.5.2013; FF 2013 4467 <https://www.ad-min.ch/opc/fr/federal-gazette/2013/4425.pdf>

¹⁵ Rapport final de l'organe de conciliation de SRG Deutschschweiz du 26.1.2017; <https://www.srgd.ch/de/aktuelles/news/2017/01/26/online-kommentarfunktion-bei-srf-news-beanstandet/> (en allemand uniquement)

¹⁶ In eigener Sache, Warum wir unsere Kommentarspalte umbauen, NZZ du 4.2.2017; disponible sous: <https://www.nzz.ch/feuilleton/in-eigener-sache-warum-wir-unsere-kommentarspalte-umbauen-ld.143568> (en allemand uniquement)

¹⁷ Avis de l'organe de conciliation de SRG Deutschschweiz du 2.10.2016: <https://www.srgd.ch/de/aktuelles/2016/10/02/10vor10-beitrag-uber-testkunden-im-ov-beanstandet/> (en allemand uniquement)

lesquels, selon le Tribunal fédéral¹⁸, l'auteur d'un tweet est conscient du fait qu'il n'a aucun contrôle sur une éventuelle rediffusion de son message. Du point de vue de l'éthique des médias, la directive 7.2 du Conseil de la presse va également dans ce sens en considérant que la mention du nom était légitime puisque la personne concernée s'était exposée publiquement par rapport à l'objet du service.

Les principes déterminants pour Twitter ne s'appliquent toutefois pas sans distinction à d'autres plateformes (p. ex. les blogs privés ou Facebook). Le Conseil de la presse a démontré clairement que l'éthique des médias posait des limites à la rediffusion d'informations privées tirées de l'internet. Selon lui, le fait qu'une personne se soit exposée ou non publiquement est déterminant. Les journalistes doivent soupeser avec soin le droit du public à être informé et la protection de la vie privée. Ainsi, les médias de masse doivent traiter certaines communications destinées à un petit cercle de destinataires sur un réseau social comme Facebook avec davantage de réserve que les déclarations mises à la disposition d'un large public sur des sites institutionnels¹⁹.

2.3 Nouveaux réseaux sociaux sur le marché

Depuis la publication du rapport sur les médias sociaux 2013, de nombreuses plateformes ont fait leur apparition sur le marché. Elles proviennent principalement des Etats-Unis, mais ont aussi leurs adeptes en Suisse. Les plus connues sont par exemple Wanelo, Peach ou Yik Yak. Elles approfondissent certains aspects du système déjà connu de Facebook permettant aux utilisateurs d'évaluer (en bien ou en mal) des produits, des photos ou des commentaires. L'offre est liée à des conseils d'achat ou à des comptes à points.

Parmi les offres suisses, il convient de mentionner la plateforme de communication Threema²⁰. Elle offre un cryptage de bout en bout et peut être utilisée de manière anonyme. Le service est payant et reste jusqu'ici un produit de niche.

2.4 Nouveaux danger, nouvelles évolutions

2.4.1 Atteinte à la réputation, *trolling*

Les canaux *live stream*, à savoir les plateformes de transmission vidéo en temps réel, sont de plus en plus populaires. Les phénomènes problématiques observés jusqu'ici pourraient donc s'aggraver. Les formes de dommages pourraient se multiplier. En effet, plus le nombre d'utilisateurs augmente, plus le risque est grand de voir des hackers opérer pour des motifs financiers ou avec l'intention de commettre des actes délictueux en vue de nuire à la réputation d'autrui.

Le *trolling* cause également de plus en plus de problèmes. Un troll est une personne qui entrave la communication d'autres personnes de manière prolongée et destructive. Les interventions des trolls se limitent à provoquer les autres participants à la discussion et n'apportent aucune contribution factuelle et constructive²¹.

Les provocations sont souvent sournoises et ne contiennent généralement pas d'insultes manifestes. Par conséquent, les trolls ne peuvent pas être exclus de la communauté. Sur certaines plateformes étrangères, des personnes opèrent même ouvertement en tant que troll, à titre professionnel, sur mandat de tiers²².

¹⁸ Arrêt du Tribunal fédéral 5A_975/2015 du 4.7.2016 (X. c. AZ Zeitungen AG: Persönlichkeitsverletzung) (en allemand uniquement)

¹⁹ Internet und Privatsphäre – Prise de position du Conseil de la presse 43/2010 du 1.9.2010 (en allemand uniquement)

²⁰ <https://threema.ch/de> (version du site en allemand ou en anglais)

²¹ Voir par exemple [www.stupidedia.org/stupi/Troll_\(Internet\)](http://www.stupidedia.org/stupi/Troll_(Internet)) et [https://fr.wikipedia.org/wiki/Troll_\(Internet\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Troll_(Internet))

²² Ces pratiques sont connues en Israël, en Corée du Nord, en Russie et aux Etats-Unis; voir notamment: l'intervention du Groupe PPE devant le Parlement européen "On Russian trolls and hybrid warfare", disponible sous: www.epp-group.eu/news/On-Russian-trolls-and-hybrid-warfare (en anglais uniquement)

2.4.2 Opportunités et risques pour le débat politique

Du point de vue journalistique, pour les médias conçus par une rédaction, notamment la presse, la radio et la télévision, les médias sociaux représentent une concurrence sérieuse.

En 2016, aux Etats-Unis, 62% des adultes ont utilisé les médias sociaux pour s'informer sur des thèmes politiques²³. Ils ont passé sur ces médias 38% du temps qu'ils ont consacré à s'informer sur les élections présidentielles²⁴ au détriment des médias traditionnels. En Suisse aussi, l'internet est de plus en plus prisé en tant que source d'information, notamment par les jeunes, alors que la consommation des médias traditionnels affiche une tendance à la baisse²⁵.

Les médias sociaux permettent aussi à la population suisse de tisser des liens et de nouer des contacts. Grâce à la possibilité de donner son avis sur des activités sociales et politiques sans passer par un filtre, la société civile – mais aussi des personnes isolées – acquiert une plus grande visibilité médiatique.

Dans le domaine de la communication politique, les médias sociaux offrent de nouvelles possibilités d'expression et de mobilisation et permettent de mettre en valeur des informations provenant de différentes sources²⁶. Lors de la campagne sur l'initiative de mise en œuvre en 2016, on a vu pour la première fois de manière très nette qu'en Suisse aussi les médias sociaux pouvaient avoir une forte influence au niveau politique. Jamais auparavant une telle mobilisation via les réseaux sociaux n'avait eu lieu lors de votations. Il s'agit là d'une véritable rupture au niveau de la perception²⁷.

Mais, les médias sociaux peuvent aussi présenter des risques et influencer de manière occulte sur la formation de l'opinion publique²⁸. Ils peuvent être utilisés de façon prétendument indépendante pour promouvoir un ou une candidat(e) à une élection ou un objet de votation (*astroturfing*)²⁹.

2.4.3 Fake news: Manipulation par des affirmations de faits volontairement fausses

A la suite des élections américaines de l'automne 2016, un intense débat a eu lieu en Suisse et à l'étranger concernant les *fake news* sur les réseaux sociaux. "*Fake news*" est un terme multifacettes controversé, souvent évoqué dans les débats politiques et pour lequel il n'existe pas de définition claire. En l'occurrence, il s'agit d'affirmations factuelles erronées (fausses informations) exprimées de mauvaise foi et:

²³ Pew Research Center, Mai 2016, "News Use Across Social Media Platforms 2016", <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/> (en anglais uniquement)

²⁴ Allcott Hunt/Gentzkow Matthew, Social Media and Fake News in the 2016 Election, January 2017; <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>.

²⁵ Rapport d'analyse de la définition et des prestations du service public de la SSR compte tenu de la position et de la fonction des médias électroniques privés – Rapport du Conseil fédéral du 17 juin 2016 en réponse au postulat 14.3298 de la Commission des transports et des télécommunications du Conseil des Etats (CTT-E), chap. 9.1.1, p. 70ss.; disponible sous: <https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/fr/dokumente/Elektronische%20Medien/Medienpolitik/service-public-bericht.pdf.download.pdf/Bericht%20Service%20public.pdf>; Voir aussi chap. 2.3.2.3 et 2.4.3.2

²⁶ Bond Robert M./Fariss Christopher J./Jones Jason J./Kramer Adam D. I./Marlow Cameron/Settle Jamie E./Fowler James H., A 61-million-person experiment in social influence on political mobilization, in nature international weekly journal of science, 13 septembre 2012, <http://www.nature.com/nature/journal/v489/n7415/full/nature11421.html> (en anglais uniquement)

²⁷ Voir p. ex. <http://www.tagesanzeiger.ch/digital/internet/eine-zaesur-fuer-die-schweiz/story/26109438> (en allemand uniquement); L'influence de la mobilisation au moyen des médias sociaux sur le résultat des scrutins n'a toutefois pas été analysée en détail jusqu'ici; <https://www.nzz.ch/schweiz/stimmfaule-junge-wissenschaft-widerlegt-zahlen-der-vox-analyse-1.18283206> (en allemand uniquement)

²⁸ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 4.6.2.1, p. 52

²⁹ Voir <http://upload-magazin.de/blog/12683-astroturfing/>; <https://sharylattkisson.com/top-10-astroturfers/>; <http://www.economist.com/news/china/21699481-internet-nobody-knows-youre-running-dog-dark-art-astroturfing>; <http://ra.ethz.ch/CDstore/www2011/companion/p249.pdf> (en allemand uniquement)

- diffusées dans un but de manipulation politique, pour des intérêts financiers ou d'autres motifs personnels, et
- qui tirent leur puissance de la nouvelle dynamique des réseaux sociaux (anonymat des auteurs, attention prêtée aux choses surprenantes, diffusion virale, c'est-à-dire extrêmement rapide et intensive)³⁰.

Le mode de fonctionnement des médias sociaux favorise les *fake news* de plusieurs manières:

Tout d'abord, l'identité des auteurs d'un message posté sur les réseaux sociaux est plus difficile à vérifier que dans les médias traditionnels. En général, il suffit de disposer d'une adresse courriel valide pour s'enregistrer sous le nom de son choix, ce qui complique l'évaluation des sources et donc la traçabilité d'une information.

En outre, l'intérêt pour des contenus invraisemblables est toujours nettement plus fort que pour des contenus sérieux, somme toute prévisibles. Sur les médias sociaux, les fausses affirmations politiques sont beaucoup lues et largement rediffusées. Les fausses informations inattendues, comme l'implication d'une candidate à la présidence dans un réseau de pornographie enfantine (*Pizzagate*³¹), se répandent à grande vitesse. Les 20 *fake news* qui ont eu le plus de succès lors de la campagne présidentielle américaine ont été plus partagées et commentées que les 20 articles les plus lus des principales sources d'information américaines³². Des utilisateurs de médias sociaux astucieux ont découvert comment exploiter les mécanismes de l'économie de l'attention au moyen des *fake news*³³. Ces fausses informations éveillent les sentiments des internautes et sont relayées par eux³⁴. Si elles réussissent à susciter des émotions, elles peuvent se diffuser de manière virale, et être transmises et partagées volontairement par des millions d'utilisateurs.

Les médias traditionnels reprennent souvent des *fake news*, notamment parce que celles-ci se sont largement répandues sur les réseaux sociaux et qu'elles apparaissent donc comme étant des informations importantes. Même lorsqu'ils ne cherchent qu'à prouver la fausseté de ces affirmations, ils ne font que les répandre encore davantage. Certaines campagnes publicitaires ou électorales mettent ce phénomène à profit: elles produisent des sentiments de répulsion et d'indignation qui leur rapportent une notoriété bien plus grande que ne l'aurait fait une campagne publicitaire traditionnelle. Enfin, cette manière de procéder leur permet également d'atteindre bien plus d'acheteurs ou d'électeurs potentiels³⁵.

Pour les acteurs politiques, il est tendanciellement plus facile d'affirmer des contre-vérités. Dans un contexte où la population s'informe de plus en plus par le biais des médias sociaux, il est aussi plus facile d'insinuer que les médias traditionnels diffusent des mensonges. Les médias sociaux permettent

³⁰ Voir aussi les définitions de Ulbricht Carsten, Fake News & Recht – Pro und Contra einer gesetzlichen Regulierung, <http://www.rechtweinull.de/archives/2121-fake-news-recht-pro-und-contra-einer-gesetzlichen-regulierung.html> et du Spiegel Online; <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/donald-trump-die-wahrheit-ueber-fake-news-a-1129628.html> (en allemand uniquement)

³¹ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Pizzagate>

³² Silverman Craig, BuzzFeed "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook", https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.tsMGrKKPmZ#.wkLAZDD3pa (en anglais uniquement)

³³ Boyd Danah, Hacking the Attention Economy, Data & Society, 2017, <https://points.datasociety.net/hacking-the-attention-economy-9fa1daca7a37#.1mjpkkbv> (en anglais uniquement)

³⁴ Guineri Marco/Staiano Jacopo, Deep Feelings: A Massive Cross-Lingual Study on the Relation between Emotions and Virality, 16 mars 2015, <https://arxiv.org/pdf/1503.04723.pdf>; Berger Jonah/Milkman Katherine L., What Makes Online Content Viral?; <http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmr.10.0353?code=amma-site>; Rees-Jones Liz/Milkman Katherine L./Berger Jonah, Scientific American, The Secret to Online Success: What Makes Content Go Viral, April 14. 2015; <https://www.scientificamerican.com/article/the-secret-to-online-success-what-makes-content-go-viral/> (en anglais uniquement)

³⁵ <https://www.nytimes.com/2016/03/16/upshot/measuring-donald-trumps-mammoth-advantage-in-free-media.html> (en anglais uniquement)

de manipuler l'opinion publique plus rapidement, à meilleur coût, de manière plus ciblée et plus anonyme qu'auparavant³⁶.

2.4.4 Robots sociaux: des programmes automatisés qui interviennent sur les médias sociaux comme des personnes

L'influence de l'opinion publique n'est pas exercée qu'au moyen d'actions réalisées par des personnes (p. ex. la saisie de faux messages sur les médias sociaux). Il existe aussi sur les médias sociaux des contenus d'utilisateurs dont l'échange avec des tiers est automatisé et réalisé par des programmes (robots) qui imitent le comportement des humains (robots sociaux)³⁷.

Aujourd'hui, les robots sociaux sont capables de simuler parfaitement une identité humaine. Les plus complexes peuvent même analyser des contenus de communication et mener un dialogue. Ils interviennent le plus souvent sur Twitter, mais sont en principe aussi utilisables sur tous les réseaux sociaux basés sur une interface de programmation d'applications (*Application Programming Interface – API*) conviviale (p. ex. Facebook ou Google+). Ces programmes peuvent réagir à des mots-clés ou à des événements, rechercher des contenus intéressants sur l'internet et les publier, se connecter avec d'autres utilisateurs ou répondre à des demandes de clients. Leurs capacités sont comparables à celles des assistants numériques – déjà connus du public – comme Siri (Apple), Google Now (Google), Cortana (Microsoft) ou Alexa (Amazon).

Ces robots sociaux peuvent également se constituer en groupes. En un bref laps de temps, ils peuvent influencer un contexte, par exemple faire grimper de milliards de dollars la valeur totale d'une entreprise sans valeur, comme dans le cas de l'entreprise Cynk³⁸.

Les robots sociaux sont aussi en mesure d'exercer une influence sur la formation de l'opinion. Durant la campagne électorale américaine de 2016, près de 20% des tweets diffusés sur Twitter provenaient de robots sociaux³⁹. D'autres études révèlent que dans différentes étapes de la campagne, entre 18% et 27% des messages étaient générés par des robots sociaux, qui pouvaient produire plus de 450 tweets par jour⁴⁰. En 2014 déjà, Twitter avait indiqué à l'autorité américaine des marchés financiers que sur les 271 millions de comptes d'utilisateurs alors en fonction, 23 millions étaient automatisés⁴¹.

Dans le domaine politique, les robots sociaux peuvent faire croire aux citoyens qu'une opinion politique est partagée par de nombreux utilisateurs ou qu'un candidat a de nombreux partisans⁴². Ils peuvent rendre introuvables certains messages qui ont été postés par des personnes, mais qui sont indésirables dans une discussion, et donc occulter des avis politiques, en produisant en masse d'autres messages sur le même thème⁴³. Durant la campagne électorale américaine de 2016, au moment de

³⁶ Hwang Tim, Rosen Lea, Harder, Better, Faster, Stronger, CompProp Working Paper No. 1, <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2017/02/CompProp-Working-Paper-Hwang-and-Rosen.pdf> (en anglais uniquement)

³⁷ Voir par exemple Bienkowski Stefan, Worried about fake news? Then it's time we talked about social bots, 23.1.2017 <http://www.dw.com/en/worried-about-fake-news-then-its-time-we-talked-about-social-bots/a-37193648> (en anglais uniquement)

³⁸ <https://www.sec.gov/news/pressrelease/2015-157.html>; Ferrara Emilio, Varol Onur, Davis Clyton, Menczer Filippo, Flammini Alessandro, Communication of the ACM, The Rise of Social Bots, <http://cacm.acm.org/magazines/2016/7/204021-the-rise-of-social-bots/fulltext> (en anglais uniquement)

³⁹ Bessi Alessandro/Ferrara Emilio, Social bots distort the 2016 U.p. Presidential election online discussion, in: First Monday 2016, Vol. 21, Number 11. <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653> (en anglais uniquement)

⁴⁰ Bence Kollanyi/Howard Philip N./Woolley Samuel C., Bots and Automation over Twitter during the U.p. Election, 17 novembre 2016; <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf> (en anglais uniquement)

⁴¹ U.p. SEC Form 10-Q Twitter, p. 3, https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1418091/000156459014003474/twtr-10q_20140630.htm#Item1A_RISK_FACTORS (en anglais uniquement)

⁴² <https://www.theguardian.com/environment/2011/aug/05/fake-twitter-tar-sands-pipeline> (en anglais uniquement)

⁴³ <http://www.bbc.com/news/technology-16108876>, King/Pan/Roberts, How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, not Engaged Argument, <http://gking.harvard.edu/files/gking/files/50c.pdf> (en anglais uniquement)

l'élection, 82% des tweets générés automatiquement – même ceux consacrés à des thèmes de campagne de la candidate démocrate – soutenaient le candidat républicain⁴⁴. Il a été prouvé que des robots sociaux ont déjà été utilisés en Argentine, en Australie, en Azerbaïdjan, au Bahreïn, en Chine, en Grande-Bretagne, en Iran, en Italie, à Mexico, au Maroc, en Russie, en Corée du Sud, en Arabie Saoudite, en Turquie, aux Etats-Unis et au Venezuela⁴⁵. Ils influencent l'opinion publique sur les médias sociaux⁴⁶.

Les scientifiques ont mis au point diverses méthodes pour distinguer les robots sociaux des êtres humains à l'aide d'outils automatiques (Facebook Immune System⁴⁷, Copycatch⁴⁸, SynchronTrap⁴⁹, Sybil-Rank⁵⁰, Souche⁵¹, Renren Sybil Detector⁵², BotOrNot⁵³). Ils ont appliqué différents critères pour reconnaître ces comptes automatisés – par exemple à leur rythme de publication des messages⁵⁴, à la construction de leur réseau de contacts ou au choix des mots utilisés (reconnaissance de l'humeur)⁵⁵. Malgré tout, les robots sociaux restent difficiles à identifier. Dans ce domaine, il faut s'attendre à une course poursuite car la découverte de nouveaux robots grâce à de nouvelles méthodes de recherche entraîne le développement de robots sociaux encore plus performants.

La plupart du temps, il n'est pas possible d'identifier les administrateurs de robots sociaux, ni de les poursuivre⁵⁶.

⁴⁴ Bence Kollanyi/Howard Philip N./Woolley Samuel C., Bots and Automation over Twitter during the U.p. Election, 17 novembre 2016; <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf> (en anglais uniquement)

⁴⁵ Forelle Michelle/Howard Phil/Monroy-Hernández Andrés/Savage Saiph, Political Bots and the Manipulation of Public Opinion in Venezuela, 25 Jul 2015; <https://arxiv.org/abs/1507.07109>; Howard Philip N./Kollanyi Bence, Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda during the UK-EU Referendum, 20 Jun 2016; <https://arxiv.org/abs/1606.06356>; Cook David M/Waugh Benjamin/Maldini Abdipah/Omid Hashemi, et al., "Twitter Deception and Influence: Issues of Identity, Slacktivism, and Puppetry" Journal of Information Warfare Vol. 13 Iss. 1 (2014), https://works.bepress.com/david_cook/15/; Hegelich Simon/Janetzko Dietmar, Are Social Bots on Twitter Political Actors? Empirical Evidence from a Ukrainian Social Botnet, 2016; <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM16/paper/view/13015/12793>; Woolley Samuel C., Automating power: Social bot interference in global politics; <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6161/5300> (en anglais uniquement)

⁴⁶ Kramer Adam D. I./Guillory Jamie E./Hancock Jeffrey T., Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks, Jun 2 2014; <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4066473/> (en anglais uniquement)

⁴⁷ Stein Tao/Chen Erdong/Mangla Karan, Facebook Immune System, <https://css.csail.mit.edu/6.858/2012/readings/facebook-immune.pdf> (en anglais uniquement)

⁴⁸ Beutel Alex/Xu Wanhong/Guruswami Venkatesan/Palow Christopher/Faloutsos Christos, Copy-Catch: stopping group attacks by spotting lockstep behavior in social networks, http://alexbeutel.com/papers/www2013_copycatch.pdf (en anglais uniquement)

⁴⁹ Cao Qiang/Yang Xiaowei/Yu Jieqi/Palow Christopher, Uncovering large groups of active malicious accounts in online social networks, <https://users.cs.duke.edu/~xwy/publications/SynchroTrap-ccs14.pdf> (en anglais uniquement)

⁵⁰ Cao Qiang/Sirivianos Michael/Yang Xiaowei/Pregueiro Tiago, Aiding the Detection of Fake Accounts in Large Scale Social Online Services, https://www.usenix.org/system/files/conference/nsdi12/nsdi12-final42_2.pdf (en anglais uniquement)

⁵¹ Xie Yinglian/Yu Fang/Ke Qifa/Abadi Martín/Gillum Eliot/Vitaldevaria Krish, Innocent by association: Early recognition of legitimate users 2012, <https://experts.umich.edu/en/publications/innocent-by-association-early-recognition-of-legitimate-users> (en anglais uniquement)

⁵² Yang Zhi/Wilson Christo/Wang Xiao/Gao Tingting/Zhao Ben Y./Dai Yafei, Uncovering Social Network Sybils in the Wild, 2014, <https://www.cs.ucsb.edu/~ravenben/publications/pdf/sybils-tkdd14.pdf> (en anglais uniquement)

⁵³ Davis Clyton A./Varol Onur/Ferrara Emilio/Flammini Alessandro/Menczer Filippo, BotOrNot: A system to evaluate social bots, May 2014, <https://arxiv.org/pdf/1602.00975.pdf> (en anglais uniquement)

⁵⁴ Bence Kollanyi/Howard Philip N./Woolley Samuel C., Bots and Automation over Twitter during the U.p. Election, 17 novembre 2016, <http://politicalbots.org/wp-content/uploads/2016/11/Data-Memo-US-Election.pdf> (en anglais uniquement)

⁵⁵ Ratkiewicz Jacob/Conover Michael D./Meiss Mark/Gonçalves Bruno/Flammini Alessandro/Menczer Filippo, Detecting and Tracking Political Abuse in Social Media 2011, <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2850> (en anglais uniquement)

⁵⁶ Kind Sonja/Bovenshulte Marc/Ehrenberg Sillies Simone/Jetzke Tobias/Weide Sebastian, Social Bots - Papier de discussion sur les robots sociaux– Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen, du 26.01.2017 au Bundestag: <http://www.bundestag.de/blob/488564/4a87d2d5b867b0464ef457831fb8e642/thesenpapier-data.pdf>, p. 5, (en allemand uniquement)

2.4.4.1 Cadre juridique suisse actuel

Si les *fake news* ou les robots sociaux expriment ou gèrent des propos diffamatoires ou calomnieux, les dispositions du droit pénal s'appliquent. Sont notamment pertinents les art. 173 et 174 CP, applicables aussi à des plateformes internet comme les réseaux sociaux (voir ch. 5.3.1). Reste qu'il est difficile de poursuivre en justice les personnes cachées derrière les robots sociaux qui, la plupart du temps, ne sont pas identifiables.

En vertu de la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD; RS 241), agit de façon déloyale celui qui, notamment dénigre autrui par des allégations inexactes, fallacieuses ou inutilement blessantes (art. 3, al. 1 let. a, LCD). Cette disposition est particulièrement appropriée en cas de diffusion, au moyen de robots sociaux, de mensonges en lien avec des messages publicitaires. Les dispositions de la LCD ne couvrent toutefois pas l'influence du climat politique, ou seulement si des reproches dégradants sont spécifiquement formulés à l'encontre de certains acteurs du marché.

En règle générale, les contenus des médias sociaux n'entrent pas dans le champ d'application de la loi sur la radio et la télévision (LRTV), à l'exception des autres offres journalistiques de la SSR (voir ci-dessus ch. 2.2.1.1).

Dans les émissions de radio et de télévision, les *fake news* enfreignent habituellement le principe de la présentation fidèle des faits et des événements (art. 4, al. 2, LRTV). Il est essentiel que le public puisse se forger sa propre opinion sur le contenu d'une émission. Ce principe est bafoué non seulement lorsqu'un diffuseur propage en toute connaissance de cause, dans des émissions de radio ou de télévision suisses ou dans les autres services journalistiques de la SSR, des affirmations factuelles fausses. Elle l'est aussi lorsqu'un diffuseur de programme relaye des faits erronés qu'il a repris des réseaux sociaux sans effectuer de vérification suffisante.

Dans les médias journalistiques, l'autocontrôle joue également un rôle important. Au chiffre 3, la Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste⁵⁷ contient notamment l'obligation de ne diffuser que des informations, documents, images et enregistrements sonores dont les professionnels des médias connaissent la source. Ces informations, documents, images et enregistrements sonores ne doivent pas occulter des éléments d'information importants ni déformer les opinions exprimées par d'autres. Les informations non confirmées doivent être indiquées comme telles. Le respect de ces principes professionnels de base est surveillé par le Conseil suisse de la presse, lequel se prononce sur des questions d'éthique journalistique. Le Conseil de la presse exige des journalistes une attention particulière lorsqu'ils colportent des informations issues des réseaux sociaux ou qu'ils décrivent certaines tendances⁵⁸.

La littérature juridique suisse souligne la gravité des problèmes engendrés par les robots sociaux. Aussi faudrait-il examiner, par une observation continue du phénomène, si les mesures existantes et les instruments d'autorégulation suffisent ou si une intervention supplémentaire de l'Etat s'impose⁵⁹.

Il est en outre demandé que, dans le domaine des droits politiques, l'Etat doive, dans le cadre de son obligation de protection fixée par le droit fondamental, veiller à la sensibilisation des votants par des mesures d'information appropriées⁶⁰.

⁵⁷ Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste; disponible <http://www.presserat.ch/Documents/Erklaerung2008.pdf>.

⁵⁸ Egli Patricia/Rechsteiner David, Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie, Aktuelle Juristische Praxis AJP 2017, p. 256s. (en allemand uniquement)

⁵⁹ Egli Patricia/Rechsteiner David, Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie, AJP 2017, p. 257s. (en allemand uniquement)

⁶⁰ Voir arrêt du Tribunal fédéral 1C_372/2014 du 4.9.2014, E. 5.1 (en allemand uniquement)

2.4.4.2 Autorégulation

Pour la première fois, des plateformes ont annoncé prendre des mesures contre les fausses informations produites de manière intentionnelle. Après les vives critiques en lien avec l'élection présidentielle américaine, Facebook et Google ont dit agir contre la diffusion d'informations erronées. Il sera désormais plus facile pour les utilisateurs de Facebook de signaler de fausses informations par une indication plus clairement visible. Jusqu'ici, les utilisateurs ne pouvaient que signaler les liens douteux comme étant *ennuyeux ou inintéressants*, *inappropriés* ou *indésirables* (spam). Lorsqu'une information est signalée comme fausse un certain nombre de fois, Facebook transmet les annonces à un réseau qui examine ensuite les faits. Les liens signalés par les utilisateurs de Facebook sont analysés par des organisations externes⁶¹ sur la base de l'International Fact Checking Code of Principles⁶²; cas échéant, ces organisations externes indiquent les motifs pour lesquelles ces informations sont contestables et les estampillent comme étant fausses. Les liens ainsi marqués peuvent certes toujours être partagés, mais une mise en garde s'affiche, indiquant qu'il peut s'agir de fausses informations. En outre, le lien ne pourra plus être répertorié. En 2016, Google a annoncé qu'il exclurait les sites internet de *fake news* des solutions publicitaires de Google⁶³. Il convient de saluer ces mesures, qui sont un premier pas vers la protection contre les fausses informations produites intentionnellement.

Le réseau international First Draft News s'est fixé pour but d'empêcher la diffusion de fausses informations. Divers fournisseurs d'information, comme les grandes agences de presses, Facebook ou YouTube, ont déjà rejoint l'association. Récemment, 40 autres organisations de la branche de la communication ont également adhéré au réseau⁶⁴.

Il n'existe certes pas encore de codes de conduite applicables à la branche. Toutefois, les médias sociaux ont intérêt à réduire la prolifération des robots sociaux car les utilisateurs trouveraient peu intéressant de communiquer sur une plateforme où la plupart des interlocuteurs sont des robots. Il y a peu, Twitter a confirmé avoir bloqué environ 150'000 comptes⁶⁵. Dans les règles et directives régissant l'utilisation de leur plateforme, les fournisseurs interdisent parfois de manière explicite l'accès à leur réseau par des robots. Facebook, par exemple, demande aux utilisateurs ne pas saisir de contenus ou d'informations au moyen de mécanismes automatisés ni d'accéder à la plateforme par ce biais⁶⁶.

2.4.4.3 Réglementations étrangères

Partout en Europe, les décideurs et les autorités de régulation planchent pour déterminer si, et cas échéant, quels instruments sont nécessaires pour lutter contre les *fake news*⁶⁷.

⁶¹ Aux Etats-Unis, les partenaires externes sont par exemple Snopes, FactCheck.org et ABC News, en Allemagne le bureau de recherche indépendant et à but non lucratif Correctiv; Voir <https://www.basichinking.de/blog/2017/01/18/facebook-fake-news-correctiv/> (en allemand uniquement)

⁶² <http://www.sueddeutsche.de/digital/soziales-netzwerk-facebook-stellt-pilotprojekt-gegen-fake-news-vor-1.3297510> (en allemand uniquement)

⁶³ https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html?_r=0 (en anglais uniquement)

⁶⁴ Gemeinsam gegen Fake News, Zuwachs für globales Netzwerk, NZZ du 07.01.2017; autres informations sous: <https://de.first-draftnews.com> (en allemand uniquement)

⁶⁵ Egli Patricia/Rechsteiner David, Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie, Pratique juridique actuelle PJA 2017, p. 249, 256 (en allemand uniquement)

⁶⁶ Erklärung der Recht und Pflichten, ch. 3, ch. 2 <https://de-de.facebook.com/legal/terms> (en allemand uniquement)

⁶⁷ Cappello Maja, Observatoire européen de l'audiovisuel, Editorial de l'IRIS Newsletter 2017-3, <http://merlin.obs.coe.int/cgi-bin/email.php>

En 2015, le Conseil de l'Europe a décidé de "contrer les campagnes de désinformation menées par la Russie"⁶⁸. Sur cette base, l'UE a mis en place, dans le cadre du service européen pour l'action extérieure, un organisme qui a pour but d'identifier les *fake news* russes relatives à la politique européenne et de les rectifier⁶⁹.

En 2017, le Centre contre le terrorisme et les dangers hybrides est entré en fonction en République tchèque. Il a notamment pour tâche de fournir des renseignements sur les cas graves de désinformation en lien avec la sécurité intérieure et de réaliser des expertises à l'intention du public et des autorités tchèques. Il ne peut pas supprimer de contenus en ligne ni engager de poursuites pénales⁷⁰.

Selon l'approche réglementaire proposée en *Allemagne*, les exploitants des principales plateformes devraient être tenus de supprimer dès qu'ils en ont connaissance les messages manifestement illégaux contenant des fausses informations intentionnelles (obligation de suppression)⁷¹. Le groupe CDU/CSU a proposé au Bundestag que les exploitants de réseaux sociaux aient l'obligation d'envoyer des rectificatifs à leurs utilisateurs dès qu'ils ont identifié un post comme étant manifestement une fausse information (devoir d'information)⁷².

D'autres pays examinent et débattent de la nécessité d'introduire des réglementations légales. En Angleterre par exemple, le parlement a mené une consultation publique sur le thème des *fake news*⁷³. Au Sénat italien, une motion demande des sanctions pénales sévères pour la diffusion en ligne de fausses informations. En outre, les exploitants de blogs ou de forums d'information devraient être tenus de disposer d'une autorisation. Les médias traditionnels comme la presse et la télévision seraient exclus de cette réglementation⁷⁴.

Le débat sur les mesures de protection possibles ne fait que commencer. Sont notamment mentionnées la collaboration régionale des Etats concernés par une désinformation similaire et la création d'une agence internationale indépendante chargée de dénoncer les cas de désinformation. Il est aussi question d'instaurer des extensions de navigateur permettant aux utilisateurs de se renseigner sur la crédibilité des sources, d'alerter la population sur la possibilité de la désinformation ainsi que d'amener les médias sociaux à informer les Etats concernés sur des campagnes de désinformation en cours et à désactiver des robots et des comptes utilisateurs utilisés à des fins de désinformation⁷⁵.

En Suisse aussi, on réfléchit à des mesures de lutte contre la désinformation et les robots sociaux. La littérature juridique soutient que la sensibilisation des différents acteurs de la formation démocratique

⁶⁸ Conseil de l'Europe (19 et 20 mars 2015) – Conclusions, <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11-2015-INIT/fr/pdf>

⁶⁹ <https://euvsdisinfo.eu/>.

⁷⁰ Voir à ce propos Fucík Jan, Centre de lutte contre le terrorisme et les menaces hybride, in: Observatoire audiovisuel européen (éd.), IRIS 2017-3, p. 9. Sur la controverse suscitée par cette nouvelle institution, voir p. ex. <http://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.cyberwar-in-tschechien-prag-kaempft-gegen-fake-news.482850d7-d002-45d0-b8d0-06c89857bf38.html> (en allemand uniquement)

⁷¹ Voir p. ex. Ulbricht Carsten, Fake News & Recht – Pro und Contra einer gesetzlichen Regulierung, <http://www.rechtzwei-null.de/archives/2121-fake-news-recht-pro-und-contra-einer-gesetzlichen-regulierung.html> (en allemand uniquement)

⁷² <https://www.wired.de/collection/tech/das-system-muss-sich-aendern-wie-die-union-facebook-zum-kampf-gegen-fake-news..> Zur anschließenden Kontroverse um die Notwendigkeit neuer Vorschriften, voir p. ex. <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/facebook-brigitte-zypries-warnt-vor-zu-strengen-regeln-wegen-fake-news-a-1137100.html> (en allemand uniquement)

⁷³ La consultation a pris fin le 3 mars 2017. <http://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/culture-media-and-sport-committee/inquiries/parliament-2015/inquiry2/>.

⁷⁴ <https://www.rt.com/news/377765-italy-fake-news-bill/>.

⁷⁵ Hwang Tim, Rosen Lea, Harder, Better, Faster, Stronger: International Law and the Future of Online PsyOps, <http://political-bots.org/wp-content/uploads/2017/02/Comprop-Working-Paper-Hwang-and-Rosen.pdf>. (en anglais uniquement). Voir aussi la proposition de création d'un organe d'autorégulation de Marlis Prinzing dans le journal Der Standard, disponible sous: http://derstandard.at/2000056124038/Digital-Rat-fuer-die-Mediengesellschaft-Facebook-und-Co-in-die?_blogGroup=1 (en allemand uniquement)

de l'opinion doit être renforcée. En outre, il convient d'examiner si des mesures réglementaires s'imposent⁷⁶.

2.4.4.4 Cadre des droits de l'homme

Les éventuelles mesures contre les *fake news* doivent être compatibles avec les droits de l'homme (notamment la liberté d'expression, inscrite à l'art. 10 CEDH). Dans ses premières interventions, le Secrétaire général du Conseil de l'Europe, Torbjörn Jaagland, a clairement souligné que les *fake news* représentaient un grave danger pour la démocratie, mais que le problème ne pouvait pas être résolu par la censure⁷⁷. Si les fausses nouvelles entrent dans la catégorie du discours haineux (p. ex. par des appels à la violence, par de la discrimination raciale ou par la négation de l'holocauste), elles sont clairement illégales pratiquement partout en Europe et devraient être supprimées des plateformes. Les contenus manipulateurs qui n'enfreignent pas de normes de droit doivent être jugés différemment. Dans de tels cas, pour éviter tout risque de censure de la part des autorités, mieux vaut prévoir des mesures au niveau des exploitants de plateformes privées. Les exploitants de plateformes sont donc invités à assumer une responsabilité plus large, selon des modalités à discuter. Le secrétaire général n'a certes pas exclu la nécessité d'une réglementation étatique, mais le Conseil de l'Europe plaide pour le respect de la liberté d'opinion⁷⁸.

A l'initiative du rapporteur spécial des Nations Unies sur la liberté d'opinion (David Kaye), les rapporteurs de l'ONU, de l'OSCE, de l'OEA et de la Commission africaine des droits de l'homme (CADHP) ont adopté, le 3 mars 2017, une déclaration commune sur les *fake news*, la désinformation et la propagande⁷⁹. La déclaration exprime l'inquiétude suscitée par la désinformation croissante émanant d'acteurs étatiques et non étatiques, et rappelle la responsabilité des intermédiaires (p. ex. exploitants de plateformes). Ces derniers devraient promouvoir le développement de solutions technologiques, collaborer à des initiatives de vérification des faits et veiller à ce que leurs modèles publicitaires n'aient pas d'effets négatifs sur la diversité des opinions. La déclaration salue et soutient les mesures de la société civile contre les fausses informations produites intentionnellement. Les médias traditionnels devraient garder un œil critique sur la désinformation et la propagande, et jouer leur rôle de chien de garde public, en particulier avant des votations.

2.4.5 Les stars des médias sociaux

Les animateurs populaires et généralement jeunes qui exploitent leurs propres canaux sur les médias sociaux représentent un phénomène relativement nouveau. Aussi appelés "influenceurs" ou "youtubers", ces stars des médias sociaux diffusent des vidéos qui, par leurs thèmes (p. ex. conseils sur la mode et les cosmétiques, tests de jeux vidéo), leur réalisation ou le langage qu'ils utilisent, s'adressent avant tout aux jeunes. Les youtubers les plus connus mondialement comptabilisent plusieurs millions d'abonnés⁸⁰, le record se montant à 53 millions⁸¹. Avec la professionnalisation croissante des stars des médias sociaux, un nouveau marché s'est développé. Les protagonistes sont maintenant pris en charge par des entreprises de réseaux multicanal, des agrégateurs et des agences de médias, et génèrent de gros revenus, en majeure partie par le biais de contrats publicitaires. Leurs vidéos

⁷⁶ Egli Patricia/Rechsteiner David, Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie, *Pratique Juridique Actuelle* PJA 2017, p. 249, 254 (en allemand uniquement)

⁷⁷ Voir p. ex. Jaaglands Interview de Connor Richard, Democracy "strong enough to deal with fake news" du 26.1.2017, <http://www.dw.com/en/democracy-strong-enough-to-deal-with-fake-news/a-37277497?maca=en-tco-dw>.

⁷⁸ Voir p.ex. Jaaglands Interview mit Connor Richard, Democracy 'strong enough to deal with fake news' du 26.1.2017, <http://www.dw.com/en/democracy-strong-enough-to-deal-with-fake-news/a-37277497?maca=en-tco-dw> (en anglais uniquement)

⁷⁹ <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=21287&LangID=E> (en anglais uniquement)

⁸⁰ <http://www.internetworld.de/bildergalerie/zehn-erfolgreichsten-youtube-kanale-weltweit-922188.html?seite=9>; <http://www.businessinsider.com/the-most-popular-youtuber-stars-in-the-world/#15-ksi-1>; <https://www.welt.de/icon/news/article160112205/Das-sind-Deutschlands-erfolgreichste-YouTuber-2016.html> (en anglais uniquement)

⁸¹ <https://www.youtube.com/user/PewDiePie> (en anglais uniquement)

comprennent souvent des messages publicitaires sous forme de placement et de présentation de produits. Hormis la publicité pour des produits et des services contre rémunération, ou le placement de liens affiliés qui renvoient aux produits dont il est fait la promotion, certaines vidéos présentent également des produits achetés ou envoyés gratuitement, ou des voyages sponsorisés.

En Allemagne par exemple, cette situation suscite les critiques des autorités de régulation des médias. Le droit allemand exige que, sur l'internet aussi, l'offre publicitaire soit transparente. Dans une vidéo, celle-ci doit être clairement identifiable et mentionnée en tant que telle. Sur les plateformes sociales aussi, la publicité doit être facilement identifiable en tant que telle et séparée par des moyens optiques et acoustiques⁸². Etant donné que les stars des médias sociaux ou leur entourage ignorent bien souvent les règles applicables en matière de publicité, les autorités allemandes de régulation des médias ont décidé de les y sensibiliser. Le 20 octobre 2015, elles ont publié un guide facilement compréhensible⁸³, sous la forme de questions-réponses, sur les règles à respecter dans les vidéos diffusées sur YouTube⁸⁴. Des représentants de producteurs et d'agences de médias ont participé à la rédaction de ce document, qui a atteint son but et s'est révélé être un outil efficace à l'échelle de l'Allemagne. Une année plus tard, il a donc été actualisé et complété par des informations sur l'utilisation de Facebook, Twitter, Instagram et Snapchat⁸⁵. Son succès s'explique aussi par le fait que les stars des médias sociaux elles-mêmes se sont préoccupées de ne pas perdre leur crédibilité auprès de leur public et qu'elles se sont signalées réciproquement les lacunes en matière de mention de la publicité dans leurs vidéos.

En Suisse, le principe de transparence sur l'internet joue également un rôle. Il découle entre autres de la clause générale de l'art. 2 LCD et exige que la publicité soit identifiable en tant que telle. Il s'agit de permettre au public de distinguer clairement une publicité d'une information indépendante. Le principe de transparence ne concerne pas seulement les médias et les journalistes traditionnels, mais aussi les personnes privées qui diffusent contre rémunération, sur des blogs ou des profils de médias sociaux, de la publicité sous forme d'information positive à propos d'une entreprise ou de ses produits et services⁸⁶.

2.5 Nouveaux instruments internationaux pour la réglementation des médias sociaux

2.5.1 Extension de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels

Même si aucune réglementation internationale spécifique sur les médias sociaux n'a été édictée ces dernières années, il n'en reste pas moins que la révision pendante de la directive 2010/13/UE sur les services de médias audiovisuels est particulièrement intéressante⁸⁷. A l'intérieur de l'UE, elle établit

⁸² FAQs, Antworten auf Werbefragen in sozialen Medien http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer_Werbung_Social_Media.pdf (en allemand uniquement)

⁸³ http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/FAQ-Flyer_Werbung_Social_Media.pdf (en allemand uniquement)

⁸⁴ <http://www.die-medienanstalten.de/presse/pressemitteilungen/direktorenkonferenz-der-landesmedienanstalten/detailansicht/article/dlm-pressemitteilung-112015-was-ist-zu-beachten-bei-werbung-in-youtube-videos-medienanstalten-ste.html> (en allemand uniquement). Aux Pays-Bas, le Commissariaat voor de Media s'est également penché sur cette problématique. Dans une étude de 2017 sur les vidéos néerlandaises publiées sur YouTube, il a constaté qu'il n'était pas clair pour plus de 75% des produits présentés s'il s'agissait ou non de placements rémunérés. <https://www.cvdm.nl/nieuws/betaling-is-vlogs-onduidelijk/>

⁸⁵ <http://www.die-medienanstalten.de/presse/pressemitteilungen/direktorenkonferenz-der-landesmedienanstalten/detailansicht/article/dlm-pressemitteilung-172016-werbung-in-social-media-medienanstalten-publizieren-neue-faqs-zur.html> (en allemand uniquement)

⁸⁶ Keller Claudia, *Werberecht in: Staffelbach Oliver/Keller Claudia (Hrsg.), Social Media und Recht für Unternehmen*, Zürich 2015, p. 132 n. 4.11 (en allemand uniquement)

⁸⁷ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, JO L 95 du 15.4.2010, p. 1ss

des standards minimaux pour la télévision et la vidéo à la demande. Dans le cadre de la révision, proposition a été faite notamment d'élargir le champ d'application aux plateformes de diffusion et de partage de vidéos.

L'actuelle directive n'est que partiellement applicable aux formats de médias sociaux. Elle est entrée en force en 2007, dans le but de créer pour les programmes de télévision et les services de médias de type télévisuels un marché intérieur européen garantissant la transparence, la prévisibilité et le moins d'obstacles possible à l'entrée sur le marché. Dans le même temps, l'UE reconnaît l'importance culturelle des médias audiovisuels⁸⁸. Dans ce contexte, la directive garantit le respect de valeurs fondamentales en fixant des normes minimales pour les services concernés. Par exemple, les services de médias sont tenus d'éviter les incitations à la haine fondées sur la race, le sexe, la religion ou la nationalité et de respecter les dispositions en matière de publicité ou de protection de la jeunesse. La directive s'applique notamment aux fournisseurs de programmes de télévision linéaires ou de services de vidéo à la demande non linéaires, accessibles en différé (VOD).

En revanche, jusqu'à présent, les plateformes qui n'exercent pas d'activité rédactionnelle en proposant une sélection de vidéos n'entrent pas dans le champ d'application de la directive, pas plus que les services dans lesquels les vidéos ne revêtent qu'une fonction secondaire d'illustration. Les médias sociaux comme YouTube, Facebook ou Google Video ne constituent ainsi en aucun cas des services de médias audiovisuels au sens de la directive européenne⁸⁹. En revanche, tous les fournisseurs qui mettent à disposition du public un catalogue de contenus vidéo sur des médias sociaux, par exemple sous la forme de chaînes thématiques, peuvent être qualifiés de fournisseurs VOD. La pratique des Etats membres de l'UE en la matière n'est pas uniforme⁹⁰.

Pour veiller à davantage de cohérence dans la réglementation européenne et prendre en considération la consommation croissante de vidéos générées par les utilisateurs, la Commission européenne entend, avec la révision en cours de la directive audiovisuelle, contraindre juridiquement les fournisseurs de médias sociaux. Concrètement, elle souhaite étendre l'applicabilité de la directive aux fournisseurs de plateformes vidéo (*video-sharing platforms*) comme YouTube⁹¹. Dans sa proposition de révision du 25 mai 2016, la Commission européenne définit ces plateformes comme des services qui stockent une grande quantité d'émissions ou de vidéos générées par les utilisateurs dans le but de les mettre à la disposition du public. Les fournisseurs de plateformes n'ont certes pas de responsabilité rédactionnelle, mais organisent les vidéos au moyen d'algorithmes ou d'autres moyens automatiques, comme l'hébergement, les tags et le séquençage.

Désormais, les fournisseurs devront prévoir des mesures relatives à la protection de la jeunesse et à l'interdiction de l'incitation à la violence ou à la haine contre certains groupes ou personnes. Ces mesures comprennent notamment l'établissement de mécanismes de vérification de l'âge, de signalement ou d'évaluation ainsi que la mise à disposition de systèmes de contrôle parental pour les contenus susceptibles de porter préjudices aux jeunes. La Commission européenne veut en outre obliger les Etats membres à instituer des mécanismes de résolution des litiges entre les utilisateurs et les plateformes vidéo. Par ailleurs, elle encourage l'échange de bonnes pratiques et l'élaboration de codes

⁸⁸ IRIS Plus 2016-1, Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV, Observatoire européen de l'audiovisuel, ch. 2.2.1, p. 23s.

⁸⁹ Dans certains cas, les plateformes peuvent, en tant que "service de la société de l'information", entrer dans le champ d'application de la Directive 2000/31/UE sur le commerce électronique.

⁹⁰ Le CSA, l'autorité de régulation de la partie francophone de la Belgique, se fonde sur cette interprétation, voir IRIS Plus 2016-1, loc. cit. p. 43 note de bas de page 97; Par contre, dans plusieurs cas, l'Ofcom, l'autorité de régulation du Royaume-Uni, n'a pas qualifié de services de médias audiovisuels les canaux professionnels sur des plateformes de contenus produits par les utilisateurs, car ceux-ci ne constituent pas une offre de type télévisuel ni par leur forme ni leur contenu voir IRIS Plus loc. cit. ch. 5.2.2.1, p. 52f.

⁹¹ Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2010/13/EU visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels compte tenu de l'évolution des réalités du marché; disponible sous: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?qid=1464618463840&uri=COM:2016:287:FIN>.

de conduite. Les mesures prévues sont conformes au plan de la Commission européenne visant à lancer une alliance des plateformes vidéo pour une meilleure protection des mineurs sur l'internet⁹².

2.5.2 Autres instruments internationaux en lien avec les médias sociaux

2.5.2.1 Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique (Convention d'Istanbul)

La Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique du 11 mai 2011 (Convention d'Istanbul) est entrée en vigueur le 1^{er} août 2014. En Europe, il s'agit du premier instrument contraignant qui protège de manière globale les femmes et les jeunes filles contre la violence, y compris la violence domestique. Les Etats signataires s'engagent notamment à sanctionner la violence psychique et physique. La violence psychique peut notamment aussi être exercée sous forme de cybermobbing.

La Suisse a ratifié la convention le 13 septembre 2013. Le Conseil fédéral a ratifié le message concernant la ratification de cette convention le 2 décembre 2016⁹³.

2.5.2.2 Recommandation CM/Rec(2014)6 du Comité des Ministres aux Etats membres sur un Guide des droits de l'homme à l'intention des utilisateurs d'internet

En vertu de la Recommandation CM/Rec(2014)6 du Comité des Ministres aux Etats membres sur un Guide des droits de l'homme à l'intention des utilisateurs d'internet, les Etats membres du Conseil de l'Europe doivent reconnaître à toute personne relevant de leur juridiction les droits de l'homme et les libertés fondamentales définis par la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH). Cette obligation vaut aussi pour l'utilisation de l'internet. Universels et indivisibles, les droits de l'homme, de même que les standards qui leur sont liés, priment sur les conditions générales.

Le document contient différentes recommandations dans le domaine de la compétence médiatique et dans le domaine des enfants et des jeunes⁹⁴.

La protection des données sur l'internet constitue une autre priorité. En vertu de la recommandation, les données personnelles ne peuvent être traitées que s'il existe une base légale ou si le traitement a été approuvé. Les personnes concernées doivent être informées et savoir quelles données personnelles sont traitées et/ou transmises à des tiers, quand et dans quel but. En outre, chacun devrait pouvoir contrôler l'exactitude, la suppression et la durée de conservation de ses données personnelles.

2.5.2.3 Recommandation de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe (APCE) sur la cyberdiscrimination et les propos haineux en ligne

Dans sa recommandation du 25 janvier 2017, l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe (PACE) invite les Etats membres à redoubler d'efforts contre les contenus en ligne illicites⁹⁵. Pour ce faire, ils doivent prendre en considération les particularités de la communication sur l'internet (diffusion immédiate et transfrontière des contenus, anonymat possible). Les Etats membres devraient s'assurer que les fournisseurs internet et les exploitants de plateformes observent les standards développés par la Cour européenne des droits de l'homme. Il est nécessaire de disposer de processus uniformes et

⁹² Communiqué de presse de la Commission européenne; disponible sous: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-broker-new-alliance-better-protect-minors-online> (en anglais uniquement)

⁹³ https://www.bj.admin.ch/bj/fr/home/aktuell/news/2016/ref_2016-12-02.html

⁹⁴ Recommandation CM/Rec(2014)6 du Comité des Ministres aux Etats membres sur un Guide des droits de l'homme pour les utilisateurs d'internet, p. 1 et 5, autres recommandations du Conseil de l'Europe: voir aussi les Recommandations and declarations of the Committee of Ministers of the Council of Europe in the field of media and informations society, p. 234 pour CM/Rec(2014) (en anglais uniquement); disponible sous <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>

⁹⁵ Recommandation 2098 (2017) de l'Assemblée parlementaires du Conseil de l'Europe pour mettre fin à la cyberdiscrimination et aux propos haineux en ligne, 25 janvier 2017: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-FR.asp?fileid=23457&lang=FR>

efficaces pour traiter les messages haineux sur les réseaux en ligne (p. ex. haine antisémite, islamophobe, misogynie et homophobe).

Les Etats membres du Conseil de l'Europe devraient soutenir les autorités et organes judiciaires en proposant des offres de formation et développer des directives claires pour l'enregistrement de tous les cas signalés. En outre, ils devraient soutenir toutes les activités permettant de mieux sensibiliser le public aux effets des propos haineux – notamment sur les enfants.

2.5.3 Nouveaux instruments internationaux destinés à renforcer la protection des données

Ces dernières années, les efforts pour renforcer la protection des données se sont traduits par une série de normes internationales contraignantes. Ces dispositions sont applicables – entre autres – au domaine des médias sociaux. Ainsi, le 27 avril 2016, l'Union européenne a revu sa législation en matière de protection des données, notamment le Règlement relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel (Règlement général sur la protection des données RGPD)⁹⁶. Au niveau du Conseil de l'Europe, la Convention STE 108 pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel devrait être adoptée en 2017⁹⁷.

2.5.3.1 Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil 2016/679 (Règlement général sur la protection des données)

Avec le Règlement général sur la protection des données (RGPD)⁹⁸, l'UE a édicté des dispositions qui peuvent concerner beaucoup d'entreprises suisses actives sur le marché européen. Une présence physique dans l'UE de la société chargée du traitement des données n'est pas obligatoire. Le règlement concerne donc aussi les entreprises domiciliées hors UE qui, dans leur offre de marchandises ou de services destinée à des personnes physiques dans l'UE traitent les données personnelles de celles-ci ou surveillent leur comportement (pour autant que ce comportement se produise dans l'UE). L'orientation sur le marché européen de l'activité commerciale d'une société de traitement des données devient dès lors un critère essentiel⁹⁹.

Le règlement s'appliquera dès le 25 mai 2018. Il s'agit de moderniser les règles en vigueur par des mesures tendant à mieux protéger la sphère privée dans la communication électronique et de les appliquer dans le sens de la Stratégie pour le marché unique numérique en Europe¹⁰⁰. Le RGPD permettra aux personnes physiques de mieux contrôler leurs données personnelles. Les nouvelles règles – entre autres l'accès plus simple à ses données, le droit à la portabilité et le droit à l'oubli – renforcent le droit actuel et octroient aux utilisateurs une maîtrise accrue de leurs données personnelles¹⁰¹.

Le RGPD contient notamment le principe du traitement transparent des données à caractère personnel (art. 26), l'obligation de fournir des informations et le droit d'être informé, l'extension du droit à la

⁹⁶ Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données, JO L 119 du 4.5.2016 p. 1

⁹⁷ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de la loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales du 21.12.2016, p. 6

⁹⁸ Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données, JO L 119 du 4.5.2016 p. 1

⁹⁹ Voir p. ex. Passadelis Nicolas / Roth Simon, Weisser Rauch über Brüssel - Was Schweizer Unternehmen über die europäische Datenschutz-Grundverordnung wissen müssen, in: Jusletter du 4 avril 2016, n° 132ss (en allemand uniquement)

¹⁰⁰ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_fr.htm

¹⁰¹ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_fr.htm

suppression (droit à l'oubli; art. 17), ainsi que le principe de la protection des données par des mesures techniques et organisationnelles appropriées (protection des données dès la conception et protection des données par défaut).

Suivant les considérants sur le RGPD¹⁰², les principes d'un traitement équitable et transparent exigent que la personne concernée soit informée de l'existence d'un processus de traitement de ses données et des buts poursuivis. Les responsables doivent mettre à disposition de la personne concernée toutes les autres informations nécessaires pour garantir un traitement équitable et transparent compte tenu des circonstances particulières et du contexte dans lesquels des données à caractère personnel sont traitées. Lorsque des données à caractère personnel sont collectées auprès de la personne concernée, celle-ci doit être informée de son éventuelle obligation de mettre ces données à disposition et des conséquences auxquelles elle s'expose si elle ne les fournit pas. Les informations sur le traitement des données à caractère personnel devraient être fournies à la personne concernée au moment où ces données sont collectées.

2.5.3.2 Règlement "vie privée et communications électroniques" (règlement ePrivacy)

Le 10 janvier 2017, la Commission européenne a présenté un projet de règlement concernant le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques (Règlement "vie privée et communications électroniques")¹⁰³. À partir de la mi-2018, le nouveau règlement ePrivacy doit remplacer l'actuelle directive sur la vie privée et sa directive complémentaire de 2009 (directive "cookies"). Elle a pour but de garantir une meilleure protection des données dans la communication électronique et d'élargir les possibilités commerciales. La proposition étend les possibilités pour les entreprises de traiter des métadonnées électroniques de communication, comme les données de localisation¹⁰⁴.

Le règlement proposé est étroitement lié au règlement sur la protection des données. D'une part, il précise (et élargit) les dispositions générales du RGPD relatives à l'utilisation de données à caractère personnel par des moyens électroniques de communication. D'autre part, il traite de nouveaux domaines de réglementation. Le projet englobe par exemple le traitement des données des communications électroniques, comprenant des contenus et des métadonnées de la communication électronique qui ne se limitent pas forcément aux données à caractère personnel (p. ex. *machine-to-machine*, internet des objets, données sauvegardées sur des ordinateurs, téléphone mobile, frigos intelligents). À l'avenir, les dispositions sur la protection de la vie privée devront aussi s'étendre aux services de communications électroniques (comme VoIP Skype, Viber Out) et aux services de messagerie (Gmail, iMessage, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger).

Conformément aux principes de protection des données dès la conception ou par défaut ("*by design*" resp. "*by default*") inscrits dans le RGPD, les règles proposées exigent par exemple que les navigateurs internet offrent aux utilisateurs finaux une option leur permettant d'empêcher l'installation de cookies sur leurs terminaux.

S'il est adopté, le règlement entrera immédiatement en force dans toute l'Union européenne. Il s'appliquera aux données de communication électronique traitées en relation avec la fourniture et l'utilisation de services de communication électronique dans l'UE. Cette règle prévaut que le traitement se fasse dans l'Union européenne ou ailleurs. Le champ d'application territorial ne se limite pas à cette zone.

¹⁰² Considérants 60 et 61

¹⁰³ Commission européenne, Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil concernant le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques et abrogeant la directive 2002/58/CE (Règlement "vie privée et communication électronique"; disponible sous: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/proposal-regulation-privacy-and-electronic-communications>

¹⁰⁴ Voir aussi communiqué de presse de la Commission européenne du 10.1.2017; http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-16_fr.htm.

2.5.3.3 Conseil de l'Europe: Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel (STE 108)

Le Conseil de l'Europe a élaboré un projet de modernisation de la Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel (STE 108)¹⁰⁵. Le protocole relatif à la révision de cette convention doit être adopté début 2017¹⁰⁶. La Suisse s'efforcera de transposer le projet dans sa législation¹⁰⁷.

3 Projets de réglementation en Suisse

3.1 Révision du droit sur la protection des données

Dans son rapport sur les médias sociaux 2013, le Conseil fédéral a précisé que les questions relatives à la protection des données évoquées dans le rapport devaient être abordées dans le cadre des travaux de révision de la loi sur la protection des données (LPD) en cours.

Le Département fédéral de justice et police (DFJP) a reçu le mandat de soumettre des propositions pour la suite du processus au Conseil fédéral avant fin 2014¹⁰⁸. Celui-ci a adopté le rapport du DFJP et demandé à l'Office fédéral de la justice (OFJ) d'élaborer un projet de loi¹⁰⁹.

Lors de sa séance du 21 décembre 2016, le Conseil fédéral a mis en consultation l'avant-projet de révision totale de la loi sur la protection des données. Il entend renforcer la protection des données et l'adapter à la nouvelle réalité économique et technologique. Par ailleurs, la révision permettra à la Suisse de ratifier la convention du Conseil de l'Europe sur la protection des données et de reprendre la directive de l'UE sur la protection des données dans le domaine de la poursuite pénale. Elle permet également de rapprocher la législation suisse des exigences du Règlement général de l'Union européenne sur la protection des données (RGPD) et de garantir que la législation fédérale est conforme à la Convention du Conseil de l'Europe STE 108 révisée et qu'elle peut être ratifiée. Le Conseil fédéral veut avant tout préserver la libre circulation des données entre la Suisse et l'étranger¹¹⁰. La consultation, qui réunit dans un même projet la révision de la LPD, la décision du Conseil fédéral de reprendre la directive de l'UE et la modernisation de la convention du Conseil de l'Europe sur la protection des données, s'est terminée le 4 avril 2017¹¹¹.

3.2 Protection de la jeunesse face aux médias

Le rapport sur les médias sociaux 2013 précisait que les questions liées à la protection de la jeunesse devaient être analysées avant 2015 dans le cadre du projet "Jeunes et médias" piloté par l'Office fédéral des assurances sociales¹¹². Ce projet avait notamment pour but d'examiner s'il était nécessaire d'introduire une réglementation au niveau fédéral ainsi que, cas échéant, de nouvelles bases juridiques sur la protection des enfants et des jeunes. Il devait aussi élaborer des recommandations relatives à la protection de la jeunesse dans le domaine des médias en Suisse.

¹⁰⁵ Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel, RS 0.235.1, entrée en vigueur pour la Suisse le 1^{er} février 1998

¹⁰⁶ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données du 21.12.2016, p. 6

¹⁰⁷ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données du 21.12.2016, p. 18, p. 30 et p. 46ss

¹⁰⁸ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 9, p. 83

¹⁰⁹ www.bj.admin.ch/bj/fr/home/aktuell/news/2015/ref_2015-04-010.html

¹¹⁰ Communiqué de presse du Conseil fédéral du 21 décembre 2016, voir <https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/fr/home/aktuell/news/2016/2016-12-21.html>

¹¹¹ Communiqué de presse du Conseil fédéral du 21 décembre 2016, voir <https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/fr/home/aktuell/news/2016/2016-12-21.html>

¹¹² Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 9, p. 80

Dans son rapport "Jeunes et médias" du 13 mai 2015¹¹³, le Conseil fédéral a expliqué quels étaient les défis, dans quelle mesure le système de protection actuel permettait d'y faire face et comment la protection des enfants et des jeunes face aux médias devait être aménagée au niveau réglementaire et éducatif (voir aussi ch. 5.5.1).

L'analyse a montré que l'éventail des risques s'était considérablement élargi ces dernières années avec les médias numériques, qui évoluent à grande vitesse. Il paraît nécessaire de renforcer la protection des enfants et des jeunes notamment contre les contenus inappropriés, contre les messages préjudiciables dans la communication en ligne ou contre le manque de transparence dans le traitement des données personnelles. Il convient de prévoir des mesures tant réglementaires qu'éducatives, et de les revoir et de les adapter régulièrement. En conclusion, le rapport préconise de développer et de compléter les mesures existantes. Le Conseil fédéral entend jouer un rôle de coordination et renforcer la collaboration avec l'économie et les cantons¹¹⁴.

Au vu des expériences réalisées avec les acteurs susmentionnés, le Conseil fédéral veut renforcer par des mesures réglementaires la protection des jeunes face aux médias, qui présente actuellement des lacunes juridiques. Le but est de mettre en place au niveau national un cadre juridiquement contraignant pour les principales branches concernées, la Confédération assumant une fonction de pilotage et de surveillance¹¹⁵.

Par conséquent, le Conseil fédéral a chargé le Département fédéral de l'intérieur (DFI) d'élaborer d'ici fin 2017 une loi régissant de manière uniforme les indications de limite d'âge ainsi que la vente et la distribution de films et de jeux vidéo. En collaboration avec les associations professionnelles concernées et les cantons, le DFI prépare un projet de loi, qui sera mis en consultation en 2017¹¹⁶. Le projet clarifie en outre la nécessité de réglementer, au niveau de la loi, la protection des jeunes contre les contenus inappropriés sur l'internet (par ex. sur YouTube)¹¹⁷. Comme mentionné ci-dessus (ch. 2.5.1), il est prévu de renforcer, à l'échelon européen, la réglementation concernant les services audio-visuels à la demande. Pour le Conseil fédéral, il est impératif que la protection des jeunes face aux médias en Suisse atteigne le niveau préconisé par l'UE.

La protection des enfants et des jeunes face aux médias doit être renforcée non seulement sur le plan juridique mais aussi dans le domaine de l'éducation. A cet égard, le Conseil fédéral assume un rôle de coordination. Dans ce but, il a créé deux postes et débloqué des moyens financiers à hauteur de 60'000 francs pour des rencontres, des conférences, des projets pilotes et pour la gestion de la plateforme www.jeunesetmedias.ch. Il souhaite poursuivre la démarche initiée dans le programme "Jeunes et médias", et continuer à sensibiliser et à soutenir les professionnels de l'éducation ainsi que les acteurs importants, comme les associations et les organisations nationales.¹¹⁸

¹¹³ Jeunes et médias. Aménagement de la protection des enfants et des jeunes face aux médias en Suisse. Rapport du Conseil fédéral du 13.05.2015 en réponse à la motion Bischofberger 10.3466 "Internet. Renforcer la protection des jeunes et la lutte contre la cybercriminalité". Ci-après: Rapport Jeunes et médias 2015

¹¹⁴ Voir aussi l'interpellation Viola Amherd 13.4266 "Lutter contre le phénomène du sexting" et la question Viola Amherd 15.1024 "Programmes de protection de la jeunesse"

¹¹⁵ Communiqué de presse du 19.10.2016, Le Conseil fédéral entend renforcer la protection des jeunes face aux médias dans le domaine des films et des jeux vidéo, disponible sous <https://www.admin.ch/gov/fr/start/dokumentation/medienmitteilung-gen.msg-id-64171.html>

¹¹⁶ Communiqué de presse du 19.10.2016; disponible sous: <https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiques.msg-id-64171.html>

¹¹⁷ Communiqué de presse du 19.10.2016; disponible sous: <https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiques.msg-id-64171.html>

¹¹⁸ Interpellation Schmid-Federer 15.3723 "Protéger la jeunesse dans le domaine des médias. Suivre les recommandations des experts"; question Amherd 15.1024 "Programmes de protection de la jeunesse"

L'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) exploite la plateforme nationale de développement des compétences médiatiques www.jeunesetmedias.ch¹¹⁹ (voir ci-dessus). La plateforme cherche à informer et à sensibiliser les parents, les éducateurs, les enseignants et les professionnels; elle soutient les acteurs concernés et encourage le développement professionnel, la collaboration et la mise en réseau. En ce qui concerne le volet éducatif de la protection des jeunes face aux médias, l'OFAS souhaite coordonner les travaux prévus avec les cantons et les offices fédéraux concernés. A cet effet, il a mis en place un groupe de travail sur l'éducation aux médias, qui poursuit les objectifs suivants:

- accompagnement stratégique des travaux de l'OFAS concernant le volet éducatif de la protection des jeunes face aux médias;
- harmonisation des activités des offices fédéraux, des cantons, des villes et des communes;
- identification et utilisation de synergies.

Le groupe se compose de représentants de la Confédération, des cantons, des villes et des communes.

3.3 Révision du droit des télécommunications

Les dispositions légales régissant la fourniture de services de télécommunication figurent dans la loi sur les télécommunications (LTC, RS 784.10). Selon l'art. 3, let. b, LTC, celui qui transporte des informations entre au moins deux autres parties au moyen de techniques de télécommunication fournit un service de télécommunication. Les exploitants de médias sociaux ne sont en règle générale pas concernés par cette disposition car ils ne constituent souvent que l'une des parties entre lesquelles les informations sont transmises¹²⁰. Toutefois, si des services de télécommunication (p. ex. services de messagerie) sont offerts sur ces plateformes, les dispositions du droit des télécommunications doivent être respectées.

La LTC date d'une époque où la fourniture de services de télécommunication dépendait encore de la possession d'un réseau spécialement prévu à cet effet ou du moins d'un accès autorisé à un tel réseau. Avec l'évolution technologique fulgurante, ce lien étroit entre réseau et services a disparu. Aujourd'hui, les conditions techniques ont changé (p. ex. internet, smartphones, etc.); des services peuvent être offerts de différentes manières et sans la participation active d'un exploitant de réseau. Ces bouleversements techniques ont ouvert la porte à de nouveaux modèles d'affaires. Le cadre réglementaire doit donc être adapté à l'évolution survenue ces dernières années sur le marché des services de télécommunication.

Le 19 novembre 2014, le Conseil fédéral a demandé au DETEC d'élaborer pour fin 2015 un projet de consultation relatif à la révision de la LTC¹²¹. L'étendue des travaux de révision nécessaires a déjà été discutée en 2014 dans le rapport sur l'évolution du marché suisse des télécommunications ainsi que sur les enjeux législatifs y afférents¹²². Les paragraphes ci-après reviennent brièvement sur les volets de la révision de la LTC qui pourraient aussi concerner les médias sociaux.

Le projet de révision réexamine l'obligation selon laquelle les fournisseurs de services de télécommunication sont tenus de s'annoncer auprès de l'Office fédéral de la communication (art. 4 LTC). Cette

¹¹⁹ Rapport Jeunes et médias 2015, p. 139

¹²⁰ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 2.4.2.2, p. 14

¹²¹ Communiqué de presse du 14.11.2014; disponible sous: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/informations-de-l-ofcom/communiqués-de-presse.msg-id-55293.html>

¹²² Disponible sous: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/organisation/bases-legales/dossiers-du-conseil-federal/rapport-2014-sur-les-telecommunications.html>

obligation concerne aussi les exploitants de médias sociaux, pour autant qu'ils offrent des services de télécommunication au sens de la loi.

Suivant une tendance générale, les messages mobiles sont de moins en moins envoyés par SMS via un opérateur de téléphonie, mais plutôt au moyen de services basés sur l'internet (OTT IP messaging)¹²³. Même de petites entreprises peuvent utiliser l'infrastructure d'internet pour proposer facilement des services de télécommunication à des clients dans le monde entier. Selon la définition actuelle, toutes les entreprises qui offrent en Suisse des services de télécommunication basés sur l'internet sont considérées comme des fournisseurs de services de télécommunication et devraient, en vertu de la réglementation en vigueur, être soumises à l'obligation d'annoncer. Aujourd'hui, d'innombrables acteurs internationaux domiciliés n'importe où dans le monde proposent leurs services en Suisse. La plupart ne sont pas annoncés. Pour les entreprises concernées et pour l'administration, cette obligation génère des frais qui ne correspondent plus à une quelconque utilité¹²⁴. L'obligation générale d'annoncer, qui ne tient pas compte de l'évolution technique et des possibilités actuelles, n'est donc plus applicable.

Dans les domaines de la protection des consommateurs, des enfants et des jeunes, les problèmes posés par l'omniprésence de l'internet nécessitent aussi de nouvelles solutions en matière de réglementation. En effet, la branche n'est pas en mesure de les résoudre seule, compte tenu de tous les intérêts en présence.

Logiquement, le projet de consultation sur la révision partielle de la LTC du 11 décembre 2015 propose d'autoriser le Conseil fédéral à intervenir dans le domaine de la protection de la jeunesse. Celui-ci doit pouvoir contraindre, au niveau de l'ordonnance, les fournisseurs de services de télécommunication à donner, lors de la vente d'abonnements de téléphonie mobile et d'accès fixes à l'internet, des conseils aux parents sur les possibilités de protéger les enfants et les jeunes. Le choix, l'installation et le réglage des filtres représentent des mesures de protection dans ce sens, mais les parents devraient aussi être orientés vers d'autres moyens d'action.

Dans le domaine de la pornographie qualifiée, les fournisseurs de services de télécommunication doivent être contraints de bloquer l'accès à des contenus interdits en vertu de l'art. 197, al. 4 et 5, CP, en se basant sur les listes établies par le SCOCI.

Le 23 septembre 2016, le Conseil fédéral a pris connaissance des résultats de la consultation et chargé le DETEC d'élaborer pour septembre 2017 un message sur la révision de la LTC. La révision introduit de nouvelles dispositions, qui prendront entre autres en considération les règles susmentionnées relatives à la protection de la jeunesse et au blocage des sites internet proposant des contenus caractère pornographique¹²⁵.

3.4 Loi fédérale sur les médias électroniques

Dans son rapport sur le service public du 17 juin 2016¹²⁶, le Conseil fédéral a constaté que les évolutions technologiques et économiques en cours (numérisation, nouveaux modes d'utilisation des médias) exigeaient une nouvelle réglementation générale du paysage des médias électroniques. Actuellement, l'OFCOM s'attèle aux travaux préparatoires en vue d'élaborer une nouvelle loi sur les médias

¹²³ Messages mobiles diffusés via le protocole internet (IP). Chaque protocole est utilisé aussi bien par les opérateurs de téléphonie mobile (Operator IP Messaging) que par des fournisseurs "over the top" (OTT) comme WhatsApp

¹²⁴ <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/organisation/bases-legales/dossiers-du-conseil-federal/rapport-2014-sur-les-telecommunications.html>, chap. 3.1.2.2

¹²⁵ Communiqué de presse du 23.9.2016; disponible sous: www.bakom.admin.ch/bakom/fr/home/das-bakom/medieninformationen/medienmitteilungen.msg-id-63882.html

¹²⁶ Rapport d'analyse du Conseil fédéral sur la définition et les prestations du service public de la SSR compte tenu de la position et de la fonction des médias électroniques privés du 17 juin 2016 (rapport sur le service public), numéro de référence 16.043

électroniques. La consultation sur l'avant-projet de loi sera vraisemblablement organisée au printemps 2018.

Dans le cadre de ce projet, l'OFCOM examine dans quelle mesure les contenus diffusés sur les médias sociaux devraient être soumis à des standards minimaux, notamment en ce qui concerne la protection de la jeunesse et la signalisation des placements de produits. Il se penche également sur une harmonisation avec la réglementation européenne (voir ci-dessus ch. 2.5.1).

3.5 Révision totale de la LSCPT

La loi fédérale du 6 octobre 2000 sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication (LSCPT; RS 780.1) a été totalement révisée. La nouvelle loi du 18 mars 2016 (nLSCPT; FF 2016 1821) entrera probablement en vigueur en 2018. Elle s'applique aussi aux fournisseurs de services de communication dérivés. En vertu des art. 22, al. 4 et 27, al. 3, nLSCPT, le Conseil fédéral pourra soumettre à des obligations plus strictes les fournisseurs de services de communication dérivés qui offrent des prestations économiquement importantes ou destinées à un grand nombre d'utilisateurs. Entre autres, il pourra leur ordonner de conserver et de livrer les mêmes données que les fournisseurs de services de télécommunication traditionnels. En tant que fournisseurs de services de communication dérivés, les médias sociaux sont également concernés, ce qui devrait faciliter la surveillance sur les principales plateformes. Cette mesure garantit une meilleure application du droit pénal et étend, comme expliqué au chiffre 3.6 ci-dessous, les possibilités d'intervention du service de renseignement.

3.6 Loi fédérale sur le renseignement

Le service chargé de la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication doit fournir au service de renseignement de la Confédération les données – mentionnées à l'art. 14, al. 2^{bis}, LSCPT (et à l'art. 15, al. 2, let. c, nLSCPT) – nécessaires à l'exécution de la loi fédérale du 21 mars 1997 instituant des mesures visant au maintien de la sûreté intérieure (LMSI; RS 120). Cette exigence vise à faciliter l'identification de personnes susceptibles de menacer la sécurité intérieure de la Suisse.

La nouvelle loi fédérale sur le renseignement (LRens) a été approuvée par le peuple suisse le 25 septembre 2016. Elle devrait entrer en vigueur le 1^{er} septembre 2017. Conformément à l'art. 25, al. 2, la LRens autorise le service de renseignement de la Confédération à recueillir les données mentionnées à l'art. 14 LSCPT (et à l'art. 15 nLSCPT). Selon l'art. 27, al. 1, en relation avec l'art. 26, al. 1, let. a, LRens, le service de renseignement peut également ordonner des surveillances. Cette mesure facilite l'identification et la surveillance des personnes aussi sur les médias sociaux afin de préserver les intérêts essentiels du pays, à savoir reconnaître et prévenir les menaces pesant sur la sécurité intérieure et extérieure.

4 Etat des travaux de suivi sur le rapport de postulat de 2013

4.1 Généralités

Le rapport sur les médias sociaux 2013 estimait qu'il n'était pas nécessaire de réglementer les réseaux sociaux dans une loi spécifique. Par contre, il recommandait d'examiner et, au besoin de compléter, les prescriptions légales formulées de manière générale¹²⁷, et notamment de:

- procéder à un examen approfondi du droit de la protection des données¹²⁸;
- examiner s'il est nécessaire de définir les responsabilités des exploitants de plateformes et des fournisseurs de services internet¹²⁹;

¹²⁷ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.2.3 et 7.2.4, p. 76s

¹²⁸ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.2.4.1, p. 77

¹²⁹ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.2.4.2, p. 77

- déterminer si les règles du droit des télécommunications s'appliquent aussi aux réseaux sociaux¹³⁰;
- examiner s'il est nécessaire de réglementer le transfert de données personnelles sur d'autres plateformes¹³¹.

Le droit de la protection des données est examiné dans le cadre de la révision complète de la LPD, mentionnée ci-dessus au chiffre 3.1. Les trois autres mandats d'examen ont également été réalisés.

4.2 Droit civil: responsabilité des exploitants de plateformes

Le rapport sur les médias sociaux 2013 a chargé le Département fédéral de justice et police (DFJP) d'examiner s'il était nécessaire de légiférer sur la responsabilité civile des fournisseurs de services internet et, cas échéant, de préparer un projet de consultation. A cet effet, un groupe de travail interdépartemental a été mis sur pied sous l'égide de l'Office fédéral de la justice (OFJ), comprenant des représentants de l'Office fédéral de la communication (OFCOM), de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) et du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO). Sur la base de ses travaux, le 11 décembre 2015, le Conseil fédéral a publié un rapport intitulé "La responsabilité civile des fournisseurs de services internet".

Le Conseil fédéral est arrivé à la conclusion qu'en matière de responsabilité civile des fournisseurs, il n'était pas approprié de créer une législation générale couvrant tous les domaines du droit¹³². Le rapport, qui procède à un examen détaillé de la situation juridique et de la jurisprudence, contribue toutefois à l'évolution du droit et, par conséquent, à l'amélioration de la sécurité juridique.

Le rapport traite aussi des médias sociaux. Le Conseil fédéral y a salué le fait que des entreprises comme Facebook ou Twitter prévoyaient, dans leurs conditions générales d'utilisation, une procédure de notification et de retrait des contenus illicites. Toutefois, il s'est opposé à ce que de telles mesures d'autorégulation soient codifiées et inscrites comme des obligations légales¹³³. A son avis, une obligation de rechercher et de supprimer les infractions même sans disposer d'indications précises ne concernerait tout au plus que les fournisseurs proches du contenu, comme les portails d'actualités ou les hébergeurs de forums et de blogs. En effet, seuls ceux-ci sont théoriquement en mesure d'avoir une certaine vue d'ensemble et de contrôler les contenus mis en ligne sur leurs serveurs. Selon le rapport, la question de la diligence requise doit être clarifiée au cas par cas par les tribunaux.

Le rapport s'oppose à l'introduction dans le droit civil d'un nouvel instrument qui contraindrait à communiquer l'identité d'un utilisateur anonyme. En règle générale, pour justifier la levée du secret des télécommunications ou de l'anonymat sur l'internet, un comportement doit être punissable au regard du droit pénal.

Le rapport aborde aussi les questions du for, du droit applicable et de l'exécution des décisions dans les cas de litige internationaux et déconseille une réglementation unilatérale de la Suisse¹³⁴. Il a examiné également la possibilité d'obliger les fournisseurs de services internet étrangers à indiquer un domicile de notification en Suisse, une option qui permettrait de faciliter l'exécution des décisions les concernant. Dans ce cas aussi, le rapport s'oppose à une réglementation dans le droit suisse. Il juge

¹³⁰ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.2.4.3, p. 78

¹³¹ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.2.4.4, p. 78

¹³² La responsabilité civile des fournisseurs de services Internet, rapport du Conseil fédéral du 11 décembre 2015, p. 4 <http://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/aktuell/news/2015/2015-12-110/ber-br-f.pdf>

¹³³ La responsabilité civile des fournisseurs de services Internet, rapport du Conseil fédéral du 11 décembre 2015, p. 100

¹³⁴ La responsabilité civile des fournisseurs de services Internet, rapport du Conseil fédéral du 11 décembre 2015, chiffre 7.4.2, p. 103

plus pertinent d'opter pour la conclusion de traités d'entraide judiciaire en matière civile ou de conventions prévoyant la transmission directe par voie postale des actes devant être notifiés à l'étranger¹³⁵.

4.3 Droit au transfert des données (portabilité des données)

Le rapport sur les médias sociaux 2013 approfondit aussi la question de la portabilité des données, soit la possibilité de transférer des données d'une plateforme à l'autre. La situation serait en effet problématique si des médias sociaux cherchaient à conserver leurs clients en les empêchant de transférer des données personnelles sur des plateformes concurrentes. Le rapport recommandait à la Confédération d'observer le marché et, si nécessaire, de légiférer sur le transfert des données. Le rapport envisageait de réglementer éventuellement les interfaces entre les différents médias sociaux, par exemple en contraignant les principales plateformes à permettre à leurs clients d'échanger des données avec les utilisateurs d'autres réseaux sociaux. Dans ce cas, il pourrait aussi être utile de se baser sur les expériences réalisées à l'étranger¹³⁶.

La portabilité des données a été examinée par l'administration dans le cadre de différents projets législatifs encore pendants, entre autres les révisions de la LPD et de la LTC. Les analyses montrent que chez les principaux fournisseurs, les utilisateurs peuvent transférer leurs données, par exemple pour passer d'une plateforme de médias sociaux à une autre. Il n'est donc pas nécessaire, dans le cadre de la révision de la LTC, d'introduire dans la loi un droit au transfert des données.

Le rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la LPD¹³⁷ a également examiné s'il était nécessaire d'introduire un droit à la portabilité des données pour les personnes concernées, tel que prévu à l'art. 20 du Règlement de l'UE sur la protection des données. Pour plusieurs raisons, le Conseil fédéral juge difficile de mettre en œuvre ce droit. D'une part, cette mesure exigerait un accord commun entre les responsables du traitement et sans doute un accord – au moins implicite – sur les supports et standards informatiques utilisés. D'autre part, l'étude d'impact sur la réglementation montre qu'elle pourrait être très coûteuse, particulièrement pour les entreprises de plus de 50 employés. Le Conseil fédéral prévoit d'attendre les résultats des expériences menées au sein de l'Union européenne avant d'envisager d'introduire un droit à la portabilité des données en Suisse. Il continuera toutefois à examiner la question dans le cadre de la Stratégie "Suisse numérique"¹³⁸.

L'un des buts définis dans la stratégie du Conseil fédéral "Suisse numérique" d'avril 2016 est d'établir pour la Suisse une politique des données cohérente et tournée vers l'avenir¹³⁹. A cette fin, le DFJP a été chargé d'analyser jusqu'à fin 2017, à l'intention du Conseil fédéral, la réglementation en matière de réutilisation des données personnelles, techniques et anonymisées en Suisse, dans l'UE et dans des pays comparables, et d'identifier les éventuels besoins¹⁴⁰. Il se penchera sur plusieurs aspects d'une éventuelle réglementation de la portabilité des données, entre autres l'ampleur de cette dernière, ses limites et ses enjeux.

¹³⁵ La responsabilité civile des fournisseurs de services Internet, rapport du Conseil fédéral du 11 décembre 2015, ch. 7.4.2, p. 103s

¹³⁶ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.2.4.4, p. 78

¹³⁷ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales, du 21 décembre 2016, ch. 1.6.4, p. 22, <https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutzstaerkung/vn-ber-f.pdf>

¹³⁸ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales, du 21 décembre 2016, ch. 1.6.4, p. 22, <https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutzstaerkung/vn-ber-f.pdf>

¹³⁹ FF 2016 3801, chiffre. 4.2.1, <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/suisse-numerique-et-internet/strategie-suisse-numerique.html>

¹⁴⁰ Communiqué de presse du 22.03.2017, disponible sous <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/informations-de-l-ofcom/communiqués-de-presse/msg-id-66068.html>

4.4 Droit des télécommunications: application de dispositions de la LTC aux médias sociaux

Comme expliqué au chiffre 3.3., la loi sur les télécommunications s'applique aux médias sociaux lorsque ceux-ci fournissent des services de télécommunication, ce qui est le cas notamment avec les services de messagerie. Si des services de télécommunication sont fournis *over the top* (c'est-à-dire via un accès internet) par le biais de médias sociaux, ceux-ci ne se distinguent pas des autres services OTT et relèvent donc du droit des télécommunications. Cela constitue toutefois l'exception. En général, les médias sociaux ne sont pas des fournisseurs de services de télécommunication. Ils ne transmettent pas eux-mêmes des informations entre plusieurs utilisateurs par voie de télécommunication. Dans la plupart des cas, ils ne font qu'héberger des données qu'une autre entreprise (un fournisseur de services de télécommunication) transmet au raccordement internet appelant.

Dans son rapport sur les télécommunications de 2014¹⁴¹, le Conseil fédéral a examiné dans quelle mesure il convenait de traiter spécifiquement les médias sociaux dans le cadre de la révision de la LTC. Il n'a pas jugé nécessaire de revoir la définition des services de télécommunication pour appréhender les développements plus récents, la définition actuelle ayant fait ses preuves. Il a également rappelé que les médias sociaux ne se distinguaient pas des autres services fournis via l'internet¹⁴². Comme ceux-ci, les médias sociaux ne servent généralement qu'à enregistrer des informations destinées à des tiers, et non pas à les transporter. Une classification des médias sociaux dans la LTC sur la base des critères en vigueur relevant du droit des télécommunications paraît donc adéquate¹⁴³.

Toutefois, le Conseil fédéral a estimé nécessaire de préciser que la LTC s'appliquait également aux services OTT lorsqu'ils transportent des informations destinées à des tiers par voie de télécommunication. Le rapport sur les télécommunications préconise d'examiner l'éventualité de supprimer l'obligation générale de s'annoncer pour les fournisseurs de services de télécommunication, car celle-ci n'est plus applicable compte tenu de la définition existante et de l'émergence des services OTT sur l'internet.

Les thèmes abordés dans le rapport de 2014 sur les télécommunications ont été repris dans le projet de consultation¹⁴⁴ sur la révision partielle de la LTC. Le Conseil fédéral a notamment proposé le maintien de la définition actuelle des services de télécommunication. Par contre, il a préconisé de supprimer l'obligation générale de s'annoncer pour les fournisseurs de services de télécommunication, qui devrait être remplacée par un enregistrement des seuls fournisseurs auxquels l'OFCOM attribue des fréquences ou des ressources d'adressage. Les médias sociaux purs ne font pas partie de cette catégorie car ils n'ont pas besoin, pour fournir leurs prestations, des ressources d'adressage ou des fréquences gérées par l'OFCOM.

4.5 Améliorer les compétences de la population en matière de médias

Le rapport sur les médias sociaux 2013 énumère les initiatives prises et à prendre dans le milieu scolaire (à l'intention des enfants, des jeunes et des éducateurs) pour améliorer les compétences en matière d'utilisation des médias¹⁴⁵. Les sites et les publications spécialisés doivent être mis à jour et revus en permanence. Il convient aussi d'examiner dans quelle mesure l'éducation aux médias, en particulier à l'utilisation des médias sociaux, doit être étendue à d'autres groupes cibles. Il apparaît en effet

¹⁴¹ <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/fernmeldebericht-2014.html>, chap. 3.1.

¹⁴² <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/fernmeldebericht-2014.html>, chap. 3.1.1.3.

¹⁴³ <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/home/das-bakom/organisation/rechtliche-grundlagen/bundesratsgeschaefte/fernmeldebericht-2014.html>, chap. 3.1.2.1.

¹⁴⁴ <https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/fr/dokumente/2015/12/erlaeuterungsberichtzuraenderungdesfernmeldegesetzes.pdf.download.pdf/erlaeuterungsberichtzuraenderungdesfernmeldegesetzes.pdf>, chap. 2, explications sur l'art. 4 LTC

¹⁴⁵ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.3.4, p. 80

que les médias sociaux sont de plus en plus utilisés pour informer et sensibiliser les groupes cibles sur des questions particulières¹⁴⁶.

Le Conseil fédéral est déterminé à promouvoir et encourager l'éducation aux médias chez les jeunes¹⁴⁷. Dans le domaine de la protection de la jeunesse, la Commission fédérale contre le racisme (CFR) a lancé en 2015 la campagne "Une Suisse à nos couleurs"¹⁴⁸, qui a pour but de sensibiliser l'opinion publique à la thématique de la discrimination raciale et aux discours de haine diffusés en ligne. De son côté, le Conseil de l'Europe a mis en place le programme de sensibilisation "No Hate Speech"¹⁴⁹. La Suisse s'est jointe à la campagne du Conseil de l'Europe au travers de plusieurs actions. Le Conseil suisse des activités de jeunesse (CSAJ) a notamment été chargé de réaliser le site www.nohatespeech.ch, sous la direction d'un groupe de pilotage composé de représentants de l'OFAS, du Service de lutte contre le racisme (SLR), de l'association Co-habiter et de SavoirLibre¹⁵⁰.

Le 27 mai 2016, donnant suite à l'initiative parlementaire Amherd¹⁵¹, la Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil national s'est prononcée contre la création d'un centre de compétence destiné à promouvoir les compétences des jeunes dans le domaine des médias. Se référant aux travaux menés actuellement par le Conseil fédéral, elle a estimé dans sa majorité qu'il n'y avait pas lieu d'agir en la matière. Les mesures éducatives mises en place dans le cadre du programme national "Jeunes et médias" sont poursuivies. Le Conseil fédéral a aussi fait part de son intention de renforcer les tâches de coordination et de réglementation de la Confédération dans le domaine de la protection des jeunes face aux médias¹⁵².

5 Evolution du droit en matière de médias sociaux

5.1 Généralités

Les chapitres précédents présentaient dans les grandes lignes les évolutions survenues depuis la parution du rapport sur les médias sociaux en 2013. Le chapitre 5 analyse de manière détaillée la situation pour différents thèmes traités¹⁵³ dans le premier rapport.

5.2 Atteinte aux intérêts individuels par les exploitants de plateformes

5.2.1 Problème de fond: les utilisateurs manquent de contrôle sur leurs propres données

Dans le rapport sur les médias sociaux 2013, le Conseil fédéral a estimé que les dispositions légales en vigueur permettaient une protection intégrale contre le traitement usuel des données sur les réseaux sociaux. Toutefois, il a aussi identifié des phénomènes qui empêchent une protection efficace des données. A cet égard, il existe un potentiel d'amélioration, notamment les techniques renforçant la protection des données (protection des données dès la conception ou par défaut), la promotion de technologies plus favorables à la protection des données ainsi que la mise en place de mesures visant à améliorer le contrôle et la maîtrise des données (entre autres une formulation plus compréhensible des déclarations de confidentialité)¹⁵⁴.

¹⁴⁶ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 7.3.4, p. 81

¹⁴⁷ Interpellation Masshard 14.3969, Utiliser les compétences médiatiques pour lutter contre les discours de haine

¹⁴⁸ [Une Suisse à nos couleurs](http://www.unesuisse.ch)

¹⁴⁹ <http://www.europewatchdog.info/instrumente/kampagnen/no-hate-speech/> (en anglais et en allemand)

¹⁵⁰ <http://www.sajv.ch/2014/12/10/bundespraesident-burkhalter-gemeinsam-mit-der-jugend-gegen-diskriminierung-im-internet/>
<http://www.sajv.ch/no-hate-speech>

¹⁵¹ Initiative parlementaire Amherd 15.466 Création d'un centre destiné à promouvoir les compétences médiatiques des enfants et des jeunes, <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20150466>

¹⁵² <https://www.parlament.ch/press-releases/Pages/mm-wbk-n-2016-05-27.aspx?lang=1036>

¹⁵³ Rapport sur les médias sociaux 2013, p. 17ss

¹⁵⁴ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 4.3.1.8, p. 27

L'art. 18 AP-LPD devrait apporter une réponse à ce problème. Il introduit l'obligation de mettre en place des paramètres de protection des données dès la conception et par défaut (comme l'art. 8, ch. 3, P-STE, l'art. 20, al. 1 de la directive 2016/680 et l'art. 25 RGPD). En vertu de l'art. 18 AP-LPD, le responsable du traitement et le sous-traitant sont tenus de prendre les mesures appropriées. Celles-ci doivent permettre de minimiser les risques d'atteinte à la personnalité et aux droits fondamentaux de la personne concernée dès la planification du traitement des données (protection dès la conception ou *Privacy by Design*, al. 1). En outre, le responsable du traitement et le sous-traitant sont tenus de veiller, par le biais de prééglages appropriés, à ce que seules soient traitées les données personnelles nécessaires à la finalité du traitement (protection par défaut ou *Privacy by Default*, al. 2).

De plus, selon l'art. 13, al. 1, AP-LPD, chaque personne doit être informée de la collecte de données personnelles la concernant, que celle-ci soit effectuée directement auprès d'elle ou auprès d'un tiers. Dans le droit actuel, l'obligation d'informer se limite à la collecte de données personnelles sensibles ou de profils de la personnalité (art. 14 LPD). Le projet de loi étend cette obligation à toutes les données liées à la personne et élargit le catalogue des données à fournir. En vertu de l'art. 13, al. 2, AP-LPD, le responsable du traitement devra dorénavant communiquer toutes les informations nécessaires pour permettre à la personne concernée de faire valoir ses droits dans le cadre de la LPD et pour garantir un traitement des données transparent. Il s'agit de l'identité et des coordonnées du responsable du traitement (let. a), des données ou des catégories de données traitées (let. b) et des finalités du traitement (let. c). Si les données personnelles sont communiquées à des tiers, la personne concernée doit être informée des destinataires ou des catégories de destinataires (art. 13, al. 3, AP-LPD)¹⁵⁵.

Le Règlement général de l'UE sur la protection des données prévoit aussi une obligation d'informer (art. 13ss RGPD). En cas de prise de décision automatisée, les personnes concernées doivent être informées de la logique sous-jacente au traitement des données ainsi que des éventuelles conséquences de ce traitement (art. 15, al. 1, let. h, RGPD). L'art. 24, al. 1, RGPD contraint les responsables du traitement à mettre en œuvre des mesures techniques et organisationnelles appropriées. L'ampleur de ces mesures dépend entre autres de la nature, de la portée, du contexte et des finalités du traitement ainsi que du degré de probabilité et de la gravité des risques pour les droits des personnes concernées.

5.2.2 Droit à l'effacement

Dans le cadre des médias sociaux, par droit à l'effacement ou à l'oubli, on entend en règle générale le droit à l'effacement des contenus publiés par les utilisateurs. Le rapport sur les médias sociaux décrit la difficulté de supprimer définitivement les comptes utilisateurs et le problème posé par le fait que des données restent stockées sur le serveur de l'exploitant de la plateforme (voir ci-dessus ch. 3.1)¹⁵⁶.

Comme mentionné ci-avant (ch. 2.5.3.1), le droit européen prévoit explicitement un droit à l'oubli (art. 17 RGPD: droit à l'effacement ["droit à l'oubli"]).

Dans le cadre de la révision de la LPD, le Conseil fédéral a examiné en détail s'il convenait d'introduire un droit à l'oubli aussi dans la loi suisse, et comment le faire appliquer. Il est arrivé à la conclusion que ce problème était déjà régi de manière complète dans la LPD, qui permet à la personne concernée d'exiger la suppression des données traitées illicitement. Le droit à l'effacement est désormais garanti par l'art. 25, al. 1, let. c, AP-LPD. Le Conseil fédéral entend ainsi rendre la loi plus compréhensible pour les personnes concernées. Selon l'art. 23, al. 2, let. b, AP-LPD¹⁵⁷, le fait de traiter des données personnelles contre la déclaration expresse de la volonté de la personne concernée constitue

¹⁵⁵ Avant-projet de loi sur la protection des données

¹⁵⁶ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 4.3.3, p. 29. Voir aussi [Interpellation Munz 15.3657](#) Droit à l'oubli pour les internautes

¹⁵⁷ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales, p. 36, ainsi que Rosenthal David, Der Vorentwurf für ein neues Datenschutzgesetz: Was er bedeutet, in: Jusletter 20 février 2017, n. marg. 67, p. 24 (en allemand uniquement)

une atteinte à la personnalité (comme l'énonce déjà l'actuel art. 12, al. 2, let. b, LPD). L'art. 23, al. 2, let. b, AP-LPD accorde à la personne concernée le droit d'interdire explicitement au responsable de traiter des données sans avoir à remplir des conditions spécifiques (opt-out). L'art. 108, let. d, P-STE prévoit également cette possibilité¹⁵⁸.

L'art. 19, let. b, AP-LPD introduit une nouvelle disposition. En vertu de cette dernière, les personnes concernées doivent être informées de toute rectification, effacement, ou destruction de données personnelles mais aussi de toute violation de la protection des données. Cette obligation d'informer ne tombe que si la communication est impossible à respecter ou nécessite des efforts disproportionnés¹⁵⁹. La réglementation européenne contient une obligation semblable (art. 16, al. 5, 2016/680 et art. 19 RGPD). L'obligation d'informer garantit que les données ne sont pas retraitées par des tiers, à qui elles ont été transmises à l'issue de la personne concernée¹⁶⁰.

5.2.3 Recommandations de bonne pratique

L'art. 8 de l'avant-projet sur la LPD prévoit l'élaboration de recommandations de bonnes pratiques. Conformément à l'art. 8, al. 3, AP-LPD, le PFPDT publie ces recommandations non contraignantes pour concrétiser l'application des dispositions sur la protection des données. Ce point concerne avant tout la transparence du traitement des données, les droits de la personne concernée et les obligations des responsables du traitement et du sous-traitant.

Les recommandations de bonnes pratiques peuvent préciser la situation juridique dans des domaines importants tels que l'informatique en nuage (*cloud computing*) ou les médias sociaux. Le PFPDT peut édicter des recommandations valables pour le secteur public ou le secteur privé. Les milieux intéressés peuvent compléter les recommandations du préposé ou élaborer leurs propres recommandations de bonne pratique et les faire approuver par le PFPDT. Ce dernier donne son approbation lorsque les recommandations sont conformes aux dispositions sur la protection des données (al. 2). Ce mécanisme devrait favoriser l'émergence de solutions de branches concertées et largement acceptées, car il permet à une branche donnée devenir elle-même active. Ce principe vaut également pour la branche des réseaux sociaux¹⁶¹.

5.3 Atteinte aux intérêts individuels portée par des tiers

5.3.1 Atteinte à l'honneur personnel et économique

Le rapport sur les médias sociaux 2013 analyse les dispositions en matière de droit pénal (art. 173 à 178 CP), de droit civil (art. 28s. CC) et de droit de la concurrence (art. 3, al. 1 let. a, LCD) applicables aux propos tenus sur les médias sociaux¹⁶². Lorsque les auteurs de propos illicites ne peuvent pas être identifiés, les problèmes pratiques de la protection de la personnalité et de l'honneur résident principalement dans la manière d'appliquer le droit.

Dans le passé, en effet il s'est plusieurs fois avéré que l'application du droit pouvait donner des résultats probants. Le rapport annuel 2014 du SCOCI cite l'exemple d'images de visiteurs d'un établissement de bains suisse filmés à leur insu, diffusées sur une plate-forme de vidéos pornographiques. Les enregistrements montraient notamment la poitrine et le postérieur des jeunes femmes et étaient ac-

¹⁵⁸ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales, p. 65

¹⁵⁹ Rosenthal David, Der Vorentwurf für ein neues Datenschutzgesetz: Was er bedeutet, in: Jusletter 20 février 2017, n. marg. 68, p. 24 (en allemand uniquement)

¹⁶⁰ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales, p. 62

¹⁶¹ Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales, chiffre 8.1.2.5, p. 52

¹⁶² Rapport sur les médias sociaux 2013, ch. 4.4.1, p. 38ss

compagnées de commentaires sexistes et attentatoires à l'honneur. Plusieurs dénonciations pour infractions contre l'honneur ont été déposées après que l'une des personnes lésées a alerté les médias. Grâce au soutien du SCOCI, la police cantonale compétente est parvenue à identifier l'auteur des vidéos et propriétaire du profil, en collaboration avec les exploitants du site, et à l'arrêter¹⁶³.

En 2015, un postulat exigeant la protection des droits de la personnalité a été déposé devant le Conseil national¹⁶⁴. Il faisait notamment référence à un jugement du tribunal de Lenzburg rendu dans une affaire de vengeance porno sur l'internet et de création de faux profils Facebook. Dans sa réponse du 1^{er} juillet 2015, le Conseil fédéral renvoie au rapport sur les médias sociaux, à la révision de la LPD, au programme "Jeunes et médias" ainsi qu'à la déclaration sur la responsabilité civile des fournisseurs et des exploitants de plateformes. Un autre rapport sur cette problématique n'est pas nécessaire. Le Conseil fédéral a d'ailleurs déjà réagi au fait que, pour des raisons techniques, il est difficile de poursuivre les infractions commises sur l'internet. La LSCPT révisée prévoit, par exemple, la mise en place d'une base légale pour le recours à des programmes informatiques spéciaux permettant de surveiller les communications cryptées (voir ci-dessus ch. 3.5). La Confédération poursuit aussi cette stratégie au niveau du droit international (p. ex. dans le cadre de la Convention du Conseil de l'Europe sur la cybercriminalité, entrée en vigueur en 2012).

Ces dernières années, les cas de diffamation ou d'exhibition de personnes ont pris de l'ampleur sur les médias sociaux. Les commentaires publiés sur des blogs ou des plateformes d'information¹⁶⁵ ainsi que les propos diffusés sur le service de messagerie Twitter posent particulièrement problème. Ils ont conduit à plusieurs jugements devant les tribunaux suisses¹⁶⁶.

Des commentaires offensifs postés sur des portails d'évaluation peuvent aussi donner lieu à des conflits, par exemple s'il s'agit de remarques négatives de collaborateurs concernant leur (ancien) employeur. Les commentaires négatifs de clients sur des services (p. ex. hôtels, avocats) ou des produits soulèvent des questions juridiques et peuvent conduire le fournisseur critiqué à entreprendre une action juridique. Dans ce contexte, la CEDH a clairement affirmé en 2015 que la liberté d'opinion des évaluateurs devait être respectée. Le public a un intérêt légitime à lire des commentaires sur la capacité de personnes qui exercent une profession fondée sur la confiance du public (p. ex. les avocats). Ceux-ci doivent accepter d'être évalués par quiconque a eu avec eux des contacts professionnels. Le droit au respect de la vie privée et de famille (art. 8 CEDH) n'exige pas non plus que l'Etat garantisse l'identification des auteurs de commentaires centrés sur les capacités professionnelles. La situation ne peut pas être assimilée à une atteinte grave à la personnalité (comme la manipulation de mineurs sexuellement motivée [*grooming*])¹⁶⁷.

5.3.2 Cyberintimidation et cyberharcèlement (*cyberbullying* et *cyberstalking*)

Dans son rapport 2013 sur les médias sociaux, le Conseil fédéral constate que le droit suisse ne contient pas de disposition spécifique sur l'intimidation et le harcèlement. Néanmoins, les normes de droit pénal (art. 173 à 178 CP) et de droit civil (art. 28s. CC) en vigueur permettent de poursuivre de tels

¹⁶³ Rapport annuel 2014 du SCOCI, chiffre 2.4, p. 14, <https://www.cybercrime.admin.ch/dam/data/kobik/Berichte/2015-03-26/jb-kobik-f.pdf>

¹⁶⁴ 15.3407 "Protéger les droits de la personnalité", <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20153407>

¹⁶⁵ Meili Andreas/Galfano Michèle, Medienrechtliche und medienethische Schranken für Online-Leserkommentare - Eine Übersicht mit Fallbeispielen, in: medialex 2016, p. 38-44, ch. 1ss.; arrêt du Tribunal fédéral 5A_1009/2015 du 22.11.2015 (en allemand uniquement)

¹⁶⁶ Voir aussi, Bähler Regula, Tweet und Retweet: mitgegangen, mitgefangen – aber nicht immer: Medienethische und rechtliche Annäherung an das Medium Twitter im Umfeld von Ehrverletzungen, in: medialex Newsletter 2/2017; Prazeller Markus/Hug David, Twitter und Persönlichkeitsschutz - Bemerkungen zu den Urteilen des Bundesgerichts betreffend die Berichterstattung zum "Kristallnacht-Tweet" (5A_975/2015 et 5A_195/2016 du 4 juillet 2016), in: Jusletter 24 octobre 2016 (en allemand uniquement)

¹⁶⁷ Décision de la CEDH sur la recevabilité "Kucharczyk c. Pologne" (référence de la plainte N° 72966/13) du 24.11.2015

comportements. Pour le Conseil fédéral, la difficulté principale réside ici aussi dans l'application du droit¹⁶⁸.

5.3.2.1 Cyberharcèlement et cybermobbing

Dans sa réponse à la motion Schmid-Federer 12.4161 "Stratégie nationale contre le cyberharcèlement"¹⁶⁹ – finalement rejetée¹⁷⁰ –, le Conseil fédéral explique qu'il suit ce problème de près depuis plusieurs années. Au terme du programme "Jeunes et médias" (voir ci-dessus ch. 3.2), une évaluation permettra de définir si de nouvelles mesures s'imposent.

En 2015, à l'issue du programme "Jeunes et médias", la Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil des Etats a rejeté la création d'une stratégie nationale contre le cyberharcèlement. A son avis, le programme de soutien et de prévention a fait ses preuves et le cyberharcèlement est dorénavant reconnu comme un problème majeur. La protection des enfants et des jeunes contre les comportements sociaux et criminels déviants est traitée en priorité. Dans le domaine de la prévention, les cantons ont pu enregistrer un certain nombre de succès¹⁷¹. Il existe désormais une large offre de conseils¹⁷².

La commission ne voit pas la nécessité d'introduire des normes pénales. Les dispositions pénales actuelles permettent de punir efficacement les auteurs d'actes de cyberharcèlement¹⁷³.

Dans un article sur le cyberharcèlement publié en 2016, le procureur Thurgovie Marcel Brun estime plus judicieux de chercher à renforcer les victimes prospectives que d'introduire d'autres mesures pénales. L'auteur souligne combien il est important de promouvoir l'estime de soi et le courage civique chez les enfants et les jeunes¹⁷⁴.

L'art. 8 RGPD prévoit, dans un but de protection de l'enfance, que dorénavant le traitement des données à caractère personnel relatives à un enfant est licite lorsque l'enfant est âgé d'au moins 16 ans ou que le consentement des parents a été donné. Les États membres ont toutefois la possibilité de prévoir dans leur législation nationale un âge inférieur, pour autant qu'il ne soit pas en-dessous de 13 ans¹⁷⁵. La question de l'âge a fait l'objet de vives controverses, car de nombreux enfants de moins de 13 ans possèdent déjà un profil sur un service en ligne. Pour les opposants, avec cette mesure, il sera plus difficile pour les enfants et les jeunes d'utiliser les plateformes de manière légale¹⁷⁶.

¹⁶⁸ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 4.4.2.3, p. 41

¹⁶⁹ Motion Schmid-Federer 12.4161, Pour une stratégie nationale contre le cyberharcèlement; disponible sous <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20124161>

¹⁷⁰ Décision du Conseil national du 5.3.2014 et du Conseil des Etats du 8.9.2015 (BO 2015 E 734: <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=34928>)

¹⁷¹ Rapport de la Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil des Etats du 22 juin 2015 en réponse à la motion Schmid-Federer 12.4161 Stratégie nationale contre le cyberharcèlement, https://www.parlament.ch/centers/kb/Documents/2012/Kommissionsbericht_WBK-S_12.4161_2015-06-22.pdf

¹⁷² Jeunes et médias: aménagement de la protection des enfants et des jeunes face aux médias en Suisse, 13 mai 2015, rapport du Conseil fédéral en réponse à la motion Bischofberger 10.3666 Internet. Renforcer la protection des jeunes et lutte contre la cybercriminalité, p. 92 <https://www.bsv.admin.ch/dam/bsv/fr/dokumente/kinder/berichte-vorstoesse/BRBjugendundmedien.pdf.download.pdf/bundesratsberichtjugendundmedien.pdf>

¹⁷³ Rapport de la Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil des Etats du 22 juin 2015 en réponse à la motion Schmid-Federer 12.4161 Stratégie nationale contre le cyberharcèlement, https://www.parlament.ch/centers/kb/Documents/2012/Kommissionsbericht_WBK-S_12.4161_2015-06-22.pdf

¹⁷⁴ Brun Marcel, Cyberbullying – aus strafrechtlicher Sicht in: recht 2016, p. 20 (en allemand uniquement)

¹⁷⁵ art. 8, al. 1, RGPD

¹⁷⁶ <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/world/europe/article4641159.ece>; <http://www.politico.eu/?s=age+16+facebook>; <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Neue-EU-Datenschutzregeln-Facebook-erst-ab-16-Jahren-3044585.html>

5.3.2.2 Cyberharcèlement obsessionnel (*cyberstalking*)

En ce qui concerne le cyberharcèlement obsessionnel, dans sa réponse au postulat Feri 14.4204 "Agir plus efficacement contre le cyberharcèlement obsessionnel en Suisse", le Conseil fédéral constate qu'il importe, parallèlement au renforcement du cadre légal, de prendre des mesures de soutien en faveur des victimes et de placer les auteurs devant leurs responsabilités. Il se dit disposé à établir un rapport présentant les pratiques appliquées avec succès dans ce domaine en Suisse et à l'étranger. Il rappelle toutefois que les compétences en matière de prévention et de lutte contre le harcèlement obsessionnel relèvent des cantons. Hormis des compétences législatives, la Confédération n'a qu'un rôle secondaire dans ce domaine¹⁷⁷. Le Conseil national a soutenu les exigences formulées dans le postulat en mars 2015 et demandé au Conseil fédéral de préparer un rapport présentant les mesures éprouvées de lutte contre le cyberharcèlement obsessionnel au niveau national et international¹⁷⁸.

En octobre 2015, le Conseil fédéral a mis en consultation plusieurs modifications du droit pénal et civil. Dans son rapport explicatif relatif à l'avant-projet de loi fédérale sur l'amélioration de la protection des victimes de violence, il appelle à une meilleure efficacité de la norme de protection contre la violence de l'art. 28b du code civil (CC). En outre, certaines contraintes procédurales devraient être abolies; le Conseil fédéral propose notamment que les frais de procédure ne soient plus mis à la charge des victimes et que les procédures de conciliation soient supprimées (art. 114, let. g et art. 198, let. a^{bis}, AV-CPC)¹⁷⁹. Les réponses à la consultation sont actuellement en cours d'évaluation; un message et un projet à l'intention du Conseil fédéral sont élaborés en parallèle¹⁸⁰.

Un jugement du Tribunal fédéral rendu le 2 décembre 2015 montre que les prescriptions pénales relatives au harcèlement obsessionnel sont aussi applicables aux propos publiés sur Facebook¹⁸¹.

5.3.3 Usurpation d'identité et autres manipulations malveillantes

La motion Comte (14.3288; acceptée par le Parlement) demande que l'usurpation d'identité soit considérée explicitement comme une infraction pénale à part entière¹⁸². Dans le cadre de la révision totale de la loi fédérale sur la protection des données (LPD), le Conseil fédéral a proposé l'introduction d'une nouvelle disposition dans le code pénal. Le projet a été envoyé en consultation le 21 décembre 2016.

En vertu de la nouvelle version de l'art 179^{decies} CP, l'usurpation d'identité dans le but d'obtenir un avantage illicite est désormais punissable: "Quiconque utilise l'identité d'une autre personne sans son consentement dans le dessein de lui nuire ou de se procurer ou procurer à un tiers un avantage illicite est, sur plainte, puni d'une peine privative de liberté d'un an au plus ou d'une peine pécuniaire"¹⁸³. Pour les personnes concernées, la nuisance causée par l'usurpation d'identité doit atteindre un certain degré et peut être de nature matérielle ou immatérielle¹⁸⁴.

¹⁷⁷ Postulat Feri 14.4204 Agir plus efficacement contre le cyberharcèlement obsessionnel en Suisse; <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20144204>

¹⁷⁸ Décision du Conseil national relative au postulat Feri du 20.3.2015; <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=33752>

¹⁷⁹ Rapport explicatif relatif à l'avant-projet de la loi fédérale sur l'amélioration de la protection des victimes de violence, octobre 2015, <https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/sicherheit/gesetzgebung/gewaltschutz/vn-ber-f.pdf>

¹⁸⁰ Les prises de position suite à la procédure de consultation, envoyées par les cantons, des partis et les organisations intéressées sont disponibles sous <https://www.bj.admin.ch/bj/fr/home/sicherheit/gesetzgebung/gewaltschutz.html>

¹⁸¹ ATF 141 IV 437

¹⁸² Motion Comte 14.3288 "Faire de l'usurpation d'identité une infraction pénale en tant que telle" <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20143288>

¹⁸³ Lien vers l'avant-projet: <https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutztaerkung/vorentw-f.pdf>

¹⁸⁴ Voir à ce sujet les explications dans le Rapport explicatif concernant l'avant-projet de loi fédérale sur la révision totale de la loi sur la protection des données et sur la modification d'autres lois fédérales du 21.12.2016, point. 8.2.11, p. 88; <https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetzgebung/datenschutztaerkung/vn-ber-f.pdf>

5.3.4 Surveillance des propos tenus sur les réseaux sociaux (monitoring des médias sociaux)

Le rapport sur les médias sociaux 2013 rappelait que le Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence (PFPDT) a publié sur son site internet des recommandations pour un monitoring des médias sociaux conforme aux règles de la protection des données¹⁸⁵. Il préconise de limiter au maximum le traitement de données personnelles et de supprimer ou d'anonymiser les données le plus rapidement possible. Lorsqu'un monitoring est effectué, les utilisateurs de réseaux sociaux devraient en être informés. Les traitements de données sur lesquels la personne concernée n'a pas été informée ou qu'elle ne peut détecter dans le contexte constituent une infraction aux prescriptions en matière de protection des données¹⁸⁶.

La révision de la LPD aborde aussi cette thématique. Selon l'art. 13 AP-LPD, le responsable du traitement est tenu d'informer la personne concernée de toute collecte de données personnelles la concernant. En vertu de l'art. 20 AP-LPD, toute personne peut demander au responsable du traitement si des données la concernant sont traitées. La disposition énumère une série d'informations que le responsable doit communiquer systématiquement (entre autres le but du traitement des données et la durée de conservation des données). Pour les décisions individuelles automatisées, l'art. 15 AP-LPD introduit un devoir d'informer et d'entendre la personne concernée. Des recommandations de bonnes pratiques figurent en outre aux art. 8 et 9 AP-LPD. Quant à l'art. 18 AP-LPD, il oblige les responsables du traitement des données à prendre des mesures appropriées pour minimiser les risques d'atteinte à la personnalité et aux droits fondamentaux de la personne concernée, et prévenir ces atteintes. L'art. 18 AP-LPD exige également de protéger les données par des moyens techniques appropriés et des prééglages par défaut¹⁸⁷.

5.3.5 Violation du droit d'auteur sur les plateformes de médias sociaux

Pour les utilisateurs moyens de médias sociaux, les règles du droit d'auteur sont difficiles à saisir. Des atteintes à la propriété intellectuelle (droits d'auteur et d'interprète) ont été régulièrement constatées sur les médias sociaux ces dernières années. Les téléchargements illicites d'œuvres protégées semblent toutefois se concentrer sur un petit nombre de plateformes¹⁸⁸. Les fournisseurs suisses ont introduit des mesures d'autorégulation et semblent bien maîtriser le problème¹⁸⁹.

5.4 Atteinte à des intérêts communs

5.4.1 Propos racistes et discriminatoires (discours haineux)

Ces dernières années, le problème des propos haineux, incendiaires, racistes et discriminatoires tenus sur les réseaux sociaux s'est considérablement aggravé (voir ci-dessus ch. 2.5.2.3 consacré à la recommandation de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe sur la cyberdiscrimination et les propos haineux en ligne). En Suisse aussi, il occupe de plus en plus la justice pénale¹⁹⁰.

Les propos discriminatoires tenus par des utilisateurs constituent un véritable problème sur les plateformes gérées par des professionnels des médias. Du point de vue éthique, la Déclaration des devoirs

¹⁸⁵ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 4.4.4.2, p. 44

¹⁸⁶ Monitoring des médias sociaux et protection des données, <https://www.edoeb.admin.ch/daten-schutz/00683/00690/00691/00692/index.html?lang=fr>

¹⁸⁷ Projet de consultation relative à la loi sur la protection des données, <https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/staat/gesetz-gebung/datenschutzstaerkung/vorentw-f.pdf>

¹⁸⁸ Simsa, sondage 2015 Code of Conduct Hosting; <http://simsa.ch/Resources/Persis-tent/2be6be4bbea4d7d7ee569211184b0631b499ab71/Auswertung-Umfrage-CCH-2016.pdf>

¹⁸⁹ Communiqué de presse de l'IPI du 2.3.2017, Modernisation du droit d'auteur: compromis au sein de l'AGUR12 II; https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Urheberrecht/f/AGUR12_II_Medienmitteilung_20170302_FR.pdf

¹⁹⁰ Voir par exemple ATF 141 IV 108 p. 111

et droits des journalistes est essentielle¹⁹¹. En vertu du chiffre 8, le journaliste est tenu de respecter la dignité et d'éviter toute allusion à caractère discriminatoire. En tant qu'organe d'autorégulation, le Conseil suisse de la presse rappelle que les journalistes doivent aussi tenir compte de ces principes dans le traitement rédactionnel des lettres de lecteurs et des commentaires en ligne publiés par des personnes n'appartenant pas à la rédaction. Il les exhorte à la plus grande vigilance: plus le climat régnant au sein de la population est tendu, plus il importe de se montrer strict en renonçant à publier des lettres de lecteurs à tendance discriminatoire. En 2016, le Conseil de la presse a ainsi relevé une violation du chiffre 8 de la Déclaration par la Tribune de Genève. Le forum des lecteurs de ce quotidien contient quotidiennement plus de 500 contributions, contrôlées en amont par des modérateurs. Néanmoins, ceux-ci ont toléré deux commentaires haineux et discriminatoires contre des requérants d'asile et contre l'Islam. Le Conseil de la presse a rappelé le devoir d'intervenir contre toute discrimination manifestement grave de la part d'un commentateur¹⁹².

Dans sa réponse à l'interpellation Masshardt 14.3969 "Utiliser les compétences médiatiques pour lutter contre les discours de haine"¹⁹³, le Conseil fédéral confirme la nécessité de prendre des mesures préventives pour empêcher la diffusion de propos racistes par des jeunes sur l'internet. A cet égard, il s'agit non seulement d'améliorer les compétences médiatiques, mais aussi d'encourager une attitude de respect à l'égard des personnes, des cultures et des religions différentes. Il salue les projets menés en ce sens ces dernières années, à l'école ou dans le cadre d'activités extrascolaires (p. ex. pour favoriser une meilleure compréhension de la situation et des habitudes de vie des jeunes musulmans en Suisse, en collaborant avec des associations de jeunesse ou des associations de supporters lors d'événements sportifs). Toutes ces mesures sont soutenues par le Service de lutte contre le racisme (SLR) ou au moyen des fonds prévus par la loi sur l'encouragement de l'enfance et de la jeunesse (LEEG; RS 446.1).

Par ailleurs, la Convention-cadre pour la protection des minorités nationales du Conseil de l'Europe est une convention multilatérale contraignante, qui garantit à ces minorités la non-discrimination et les libertés d'opinion, de croyance, de conscience, de réunion et d'association. Elle leur garantit également des droits particuliers (p. ex. l'usage de sa langue propre et le droit de libre contact au-delà des frontières avec les personnes qui partagent une identité ethnique, culturelle, religieuse ou linguistique). La Suisse a adhéré à cette convention en 1998¹⁹⁴. En février 2017, le Conseil fédéral s'est exprimé sur les dernières évolutions dans son "Quatrième rapport du Gouvernement suisse sur la mise en œuvre de la Convention-cadre du Conseil de l'Europe pour la protection des minorités nationales"¹⁹⁵.

5.4.2 Exploitation et abus sexuels, pornographie

Le 18 mars 2014, la Suisse a ratifié la Convention du Conseil de l'Europe du 25 octobre 2007 sur la protection des enfants contre l'exploitation et les abus sexuels (Convention de Lanzarote), avec entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2014. Parallèlement, plusieurs dispositions du CP ont été adaptées, notamment l'augmentation de la limite d'âge de protection à 18 ans pour la pornographie infantile ou la pénalisation de la consommation de pornographie dure. L'art. 9, al. 2, de la Convention oblige les parties à encourager le secteur privé (notamment dans le domaine des technologies de communication et de l'information) à participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques de prévention de l'exploitation et des abus sexuels concernant des enfants. Une autorégulation des branches ou des mesures communes de l'Etat et du secteur privé doivent contribuer au respect de la Convention aussi sur les

¹⁹¹ <http://presserat.ch/21690.htm>.

¹⁹² Avis du Conseil suisse de la presse 8/2016 du 2.5.2016 (X. c. Tribune de Genève) http://www.presserat.ch/_08_2016.htm

¹⁹³ Interpellation Masshardt Nadine 14.3969 du 26.09.2014 "Utiliser les compétences médiatiques pour lutter contre les discours de haine"; <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20143969>

¹⁹⁴ <https://www.edi.admin.ch/edi/de/home/fachstellen/frb/internationales/europarat/schutz-nationaler-minderheiten.html>

¹⁹⁵ https://www.eda.admin.ch/content/dam/eda/fr/documents/aktuell/news/4e-rapport-minorites-Suisse-15022017_FR.pdf

médias sociaux¹⁹⁶. La Convention vise aussi à protéger les enfants contre toutes les formes modernes d'exploitation sexuelle. Entre autres délits, elle punit la manipulation des enfants par internet à des fins sexuelles (*grooming*)¹⁹⁷.

La révision en cours de la LTC prévoit également d'inscrire une disposition obligeant les fournisseurs de services de télécommunication à bloquer l'accès aux contenus pornographiques sur la base de listes publiées par le SCOC¹⁹⁸ (voir ci-dessus ch. 3.3).

Le Conseil fédéral a aussi initié ou soutenu des mesures de lutte contre la pornographie (en particulier la pornographie impliquant des enfants) dans toute une série de projets, qu'il s'agisse de la promotion des compétences médiatiques, du projet "Jeunes et médias" ou de programmes de sensibilisation¹⁹⁹.

5.4.3 Rassemblements de masse constituant une menace pour l'ordre public

Une initiative du canton de Berne déposée en 2014 exige la levée de l'anonymat pour des organisateurs appelant à des manifestations et à des événements de grande envergure sur les médias sociaux²⁰⁰.

La Commission de la politique de sécurité du Conseil des Etats a décidé de ne pas donner suite à cette initiative. Parallèlement, dans son postulat 14.3672 "Manifestations et événements de grande envergure. Communication d'adresses", elle a demandé au Conseil fédéral de présenter un rapport sur les éventuelles mesures de mise en œuvre de l'initiative du canton de Berne²⁰¹.

Dans sa réponse, en 2014, le Conseil fédéral a estimé qu'une levée de l'anonymat à titre préventif ne respecterait pas le principe de proportionnalité, par exemple si l'appel à participer à une manifestation ou à un événement de grande envergure ne contient pas d'incitations au crime ou à la violence. Par ailleurs, la levée préventive de l'anonymat serait difficile à concrétiser avec les hébergeurs situés à l'étranger. La réglementation envisagée risque en outre d'avoir un effet prohibitif et constituerait une atteinte considérable à la liberté de réunion garantie par la Constitution²⁰².

Dans son rapport "Manifestations et événements de grande envergure. Communication d'adresses" de septembre 2015 rédigé sur demande du Conseil des Etats, le Conseil fédéral analyse les solutions proposées dans les projets de révision totale de la loi fédérale sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication (LSCPT) et dans la nouvelle loi sur le renseignement (LRens). Il rappelle la souveraineté des cantons en matière de police. Il appartient en premier lieu à ces derniers de créer, si nécessaire, de nouveaux instruments dans leurs lois cantonales pour étendre l'activité policière effective, sous réserve du principe de proportionnalité. Au besoin, les cantons sont libres d'harmoniser leurs réglementations au moyen de conventions intercantionales²⁰³.

¹⁹⁶ Voir 0.311.40 Convention du Conseil de l'Europe du 25 octobre 2007 sur la protection des enfants contre l'exploitation et les abus sexuels, disponible sous: <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20121286/>

¹⁹⁷ <http://www.humanrights.ch/fr/droits-humains-internationaux/conseil-europe/exploitation-sexuelle/>

¹⁹⁸ Art. 197, al. 4 et 5, CP

¹⁹⁹ Voir l'avis du Conseil fédéral sur la motion Tornare, 13.3087 Cybercriminalité <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20133087>

²⁰⁰ Appels anonymes à manifester. Initiative du canton de Berne 14.305: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20140305>

²⁰¹ <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20143672>

²⁰² Avis du Conseil fédéral du 29.10.2014: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20143672>

²⁰³ Rapport du Conseil fédéral du 16.9.2015 en réponse au postulat 14.3672 du 1.9.2014 de la Commission de la politique de sécurité de Conseil des Etats "Manifestations et événements de grande envergure. Communication d'adresses", <https://www.parlament.ch/centers/eparl/curia/2014/20143672/Bericht%20BR%20F.pdf>

5.5 Personnes ayant des besoins de protection particuliers

5.5.1 Enfants et adolescents

Comme le montrait le rapport sur les médias sociaux 2013, les enfants et les jeunes courent des risques de différentes natures sur les réseaux sociaux. Ces risques vont au-delà des atteintes aux intérêts individuels décrites ci-dessus (ch. 5.2 à 5.3), qui concernent potentiellement tous les utilisateurs. Avec les jeunes, le problème est posé non seulement par les contenus choquants ou réservés aux adultes, mais aussi par les manœuvres d'approche de tiers (p. ex. à des fins sexuelles)²⁰⁴.

Dans son rapport "Aménagement de la protection des enfants et des jeunes face aux médias en Suisse" du 13 mai 2015, le Conseil fédéral présente en détail les opportunités et les risques des médias numériques pour les jeunes²⁰⁵. Parmi les opportunités, les principaux aspects sont: l'information et l'éducation (notamment l'accès à des conseillers, les compétences dans l'utilisation des nouvelles technologies, le développement de stratégies de résolution des problèmes), la mise en réseaux, le divertissement et la créativité, la construction de l'identité (entre autres grâce aux échanges d'expériences entre pairs)²⁰⁶.

Le rapport fournit une analyse des risques complète. A partir d'études réalisées en Suisse et à l'étranger, il systématise et classe par ordre de priorité les situations potentiellement problématiques pour les enfants et les jeunes²⁰⁷:

1. Risques liés aux contenus standardisés (enfants en tant que récepteurs d'offres médiatiques prédéfinies pouvant les choquer ou les blesser): contenus violents, effrayants, haineux; contenus non souhaités à caractère pornographique ou sexuel; informations tendancieuses ou trompeuses (p. ex. sur les drogues, l'anorexie, l'automutilation); risques commerciaux (p. ex. publicité déguisée).

2. Risques liés à des contacts personnels directs avec des fournisseurs (enfants en tant qu'agents économiques et partenaires contractuels risquant notamment d'être induits en erreur): pression (p. ex. financière), menace assortie de sanctions contractuelles de la part du fournisseur; pourriels à contenu érotique; micropaiements, achats intégrés, loteries, abonnements abusifs, tromperies, escroqueries; utilisation excessive (provoquée par des tarifs forfaitaires, des bonus ou des rabais); opacité sur l'utilisation ou la transmission des données personnelles.

3. Risques liés à des contacts personnels avec des tiers (enfants en tant qu'interlocuteurs dans des communications personnelles avec des personnes connues et inconnues): enfants victimes de harcèlement, de tracasseries, d'intimidation ou de cyberharcèlement; messages obscènes, contact avec des pédophiles; incitations à procéder à des automutilations, à des comportements sociaux inadéquats ou criminels; pression du groupe et pression réciproque (*social games*); espionnage et collecte des données personnelles par des tiers.

4. Actions problématiques de l'enfant (enfants en tant qu'acteurs produisant et diffusant des contenus inappropriés susceptibles de blesser, de harceler et d'offenser des tiers): harcèlement ou intimidation de tiers (p. ex. cyberharcèlement); harcèlement sexuel de tiers, élaboration et publication de matériel pornographique; publication de contenus problématiques et incitation à l'imitation (p. ex. au suicide ou anorexie); téléchargements illégaux d'œuvres protégées par des droits d'auteur, télécharge-

²⁰⁴ Rapport sur les médias sociaux 2013, chiffre 4.7.1.1., p. 54

²⁰⁵ Jeunes et médias: Aménagement de la protection des enfants et des jeunes face aux médias en Suisse – rapport du Conseil fédéral en réponse à la motion Bischofberger 10.3466 "Internet. Renforcer la protection des jeunes et la lutte contre la cybercriminalité", ch. 3.3, p. 19ss; http://www.jeunesetmedias.ch/fileadmin/user_upload/1_Medienmitteilungen_Aktuellmeldungen/Rapport_CF_Jeunes_et_m%C3%A9dias.pdf

²⁰⁶ Rapport Jeunes et médias 2015, ch. 3.3, p. 19.

²⁰⁷ Voir le tableau dans le rapport Jeunes et médias 2015, ch. 3.3, p. 20

ments nuisibles, piratage, jeux de hasard; utilisation excessive (obsession à la performance au détriment d'autres activités); formes problématiques de représentation de soi (drogues, opinions politiques, orientation sexuelle) et reprise de données de tiers.

Le rapport constate que la protection des jeunes face aux médias concerne essentiellement les enfants et les jeunes en tant que récepteurs de contenus médiatiques standardisés (ch. 1). Or, le spectre des risques s'est élargi ces dernières années. Compte tenu du changement des habitudes d'utilisation, il convient de prendre aussi en considération les risques découlant du rôle des enfants et des jeunes en tant qu'agents économiques, interlocuteurs dans la communication et acteurs (ch. 2 à 4).

Tous les risques identifiés ne requièrent cependant pas une intervention du législateur. L'Etat doit agir en vertu de ses obligations de protection, mais seulement lorsque des conséquences négatives lourdes et durables sur la santé physique et psychique des enfants et des jeunes sont à craindre. Dans tous les autres cas, il importe de concilier les intérêts de la protection des enfants et des jeunes avec les libertés fondamentales des tiers²⁰⁸.

Sur cette base, le rapport du Conseil fédéral a cherché à déterminer quelles problématiques devaient être traitées en priorité. Il a pris en considération non seulement la probabilité de survenance du risque et l'ampleur du dommage (perspective de gestion des risques), mais aussi l'efficacité des mesures réglementaires.

Une amélioration des compétences dans le domaine des médias (volet éducatif de la protection de la jeunesse) permet d'apporter une réponse à plusieurs problématiques identifiées ci-dessus. C'est le cas notamment pour les actions des jeunes en tant qu'acteurs (ch. 4) et agents économiques (ch. 2; exception faite de l'opacité sur l'utilisation ou la transmission des données personnelles) et, dans une moindre mesure, pour leur comportement en tant qu'interlocuteurs (ch. 3: pression exercée par le groupe).

En fin de compte, les trois problématiques suivantes doivent être traitées en priorité²⁰⁹:

- les contenus faisant l'objet d'une interdiction générale ou étant inappropriés pour certains groupes d'âge;
- les messages préjudiciables dans le cadre de la communication individuelle (cyberharcèlement, cybermobbing, *grooming*, *sexting*, etc.);
- le manque de transparence dans le traitement des données personnelles et leurs conséquences, qui sont difficiles à évaluer.

La protection des enfants et des jeunes face aux médias est étroitement liée à la protection de la personnalité, à la protection des données et à la protection des consommateurs. Les autorités compétentes, les instances de surveillance et les organes d'autocontrôle devraient développer des formes systématiques de coopération.

Les questions relatives à la réglementation ont été approfondies dans le cadre des travaux préparatoires menés sous l'égide de l'OFAS en vue de la rédaction d'un projet de consultation sur la protection des jeunes contre les contenus inappropriés dans les films, les jeux vidéo et les plateformes en ligne (voir ci-dessus ch. 3.2).

²⁰⁸ Rapport Jeunes et médias 2015, ch. 3.4.1, p. 22ss

²⁰⁹ Voir le tableau dans le rapport Jeunes et médias 2015, ch. 3.3, p. 20

5.5.2 Salariés

Le rapport de 2013 sur les médias sociaux a également traité des problèmes liés aux médias sociaux dans les rapports de travail existants ou à venir²¹⁰, notamment la consultation par un employeur des données personnelles de candidats à un poste dans son entreprise.

La révision du droit de la protection des données et en particulier le renforcement des contrôles sur les données personnelles (ch. 5.2) visent aussi à améliorer la situation des salariés et des demandeurs d'emploi. Des dispositions telles que le paramétrage par défaut, le droit à la suppression des données et les recommandations de bonnes pratiques prévues devraient permettre aux candidats à un poste de mieux protéger leurs données personnelles sur les médias sociaux face aux recherches menées par des employeurs potentiels.

5.5.3 Personnes souffrant d'un handicap

Le rapport sur les médias sociaux 2013 montre que ces outils recèlent un grand potentiel d'intégration sociale des personnes handicapées²¹¹. Les nouvelles technologies ouvrent aux personnes souffrant d'un handicap physique, mental ou psychique de nouvelles possibilités de prendre part à la vie sociale et de faire un meilleur usage de leurs droits à l'information et à la communication. A condition toutefois que les offres des exploitants de plateformes soient accessibles sans barrière, c'est-à-dire aussi facilement utilisables par des handicapés que par des personnes sans handicap.

5.5.3.1 Développements juridiques

Depuis le 15 mai 2014, la Suisse est liée par la Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées (CDPH)²¹². Celle-ci exige la jouissance pleine et effective de toutes les formes de communication. Par *communication*, l'art. 2 CDPH, entend entre autres les langues, l'affichage de texte, le braille, la communication tactile, les gros caractères, les supports multimédias accessibles ainsi que les modes, moyens et formes de communication améliorée et alternative à base de supports écrits, supports audio, langue simplifiée et lecteur humain, y compris les technologies de l'information et de la communication accessibles. Cette liste des différentes formes de communication s'applique aussi aux médias sociaux. Les plateformes doivent être accessibles aux personnes souffrant d'un handicap et utilisables par celles-ci.

Selon l'art. 9, al. 2, let. b, CDPH, les Etats parties doivent prendre les mesures appropriées et faire en sorte que les fournisseurs privés d'installations ou de services accessibles ou mis à disposition du public tiennent compte de tous les paramètres d'accessibilité²¹³. La Convention n'établit pas de différence entre les services privés et publics. Dès lors qu'un service est mis à disposition du public²¹⁴, il doit être accessible à tous, sans entraves.

L'art. 21 CDPH régit la liberté d'expression et d'opinion ainsi que l'accès à l'information. En vertu de la let. c, les Etats parties sont tenus de demander instamment aux organismes privés de mettre leurs services à la disposition des personnes handicapées sous des formes accessibles et utilisables par celles-ci. L'art. 30 CDPH régit en outre la participation à la vie culturelle et récréative, aux loisirs et au sport. Les Etats respectent ce droit et ont l'obligation de s'abstenir de toute action susceptible d'entraîner ce droit. Les contenus culturels et récréatifs doivent être fournis sous une forme accessible aux

²¹⁰ Rapport sur les médias sociaux 2013, ch. 4.6.2, p. 57ss

²¹¹ Rapport sur les médias sociaux 2013, ch. 4.6.3, p. 59

²¹² RS 0.109

²¹³ CRPD, General Comment No. 2 (2014), N 13; Trenk-Hintenberger in Kreutz et al., N 5 et 7 sur l'art. 9 CDPH (Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter, Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis, Köln, 2013, p. 132s) (en allemand uniquement)

²¹⁴ A savoir un service destiné à un nombre indéterminé de personnes

personnes souffrant d'un handicap. Cela implique naturellement aussi l'accès à l'internet et aux médias sociaux²¹⁵.

La directive de l'UE 2016/2102 du 26 octobre 2016 relative à l'accessibilité des sites web et des applications mobiles des organismes du secteur public a été publiée dans le Journal officiel le 2 décembre 2016²¹⁶. Elle vise à harmoniser les dispositions législatives, réglementaires et administratives relatives à l'accessibilité des sites internet et des applications mobiles des organismes du secteur public. Les Etats membres de l'UE sont tenus d'appliquer la directive au plus tard le 23 septembre 2018²¹⁷.

5.5.3.2 Mise en œuvre

En Suisse, plusieurs mesures ont été prises pour appliquer concrètement les exigences de la CDPH et de la loi fédérale sur l'élimination des inégalités frappant les personnes handicapées (loi sur l'égalité pour les handicapés (LHand; RS 151.3).

Le 20 juin 2014, le Conseil fédéral a adopté un catalogue de mesures concernant l'accessibilité des sites internet de la Confédération²¹⁸. Ce document a servi de base à l'élaboration du plan d'action E-Accessibility 2015-2017. Le plan d'action doit aider les départements et les offices à créer des outils et à élaborer des recommandations en matière d'accessibilité numérique. Il s'agit entre autres de configurer les sites internet et les documents et applications électroniques de manière à pouvoir être lus par des programmes de lecture. Les mesures doivent être réalisées jusqu'à fin 2017, avec le soutien du service E-Accessibility de la Confédération, créé en 2014 pour trois ans²¹⁹.

En mars 2016, le Conseil fédéral a aussi adopté la stratégie "Suisse numérique", dont l'un des objectifs principaux est de mettre en place des conditions permettant à tous les habitants de Suisse d'accéder de manière égale, avantageuse, libre et non discriminatoire, à une infrastructure de réseau de qualité ainsi qu'à des contenus, des services et des applications innovants²²⁰. Dans le même ordre d'idées, le plan d'action e-Inclusion 2016-2020 du réseau "Intégration numérique en Suisse" demande une meilleure accessibilité (*eAccessibility*) et une meilleure convivialité (*usability*) des sites internet et des offres en ligne. Le plan exige l'introduction de mesures permettant d'améliorer l'accessibilité des sites internet et plus globalement des technologies de l'information et de la communication des fournisseurs publics et privés. Il vise à encourager l'application continue et cohérente au niveau suisse de la norme d'accessibilité des contenus web (norme eCH)²²¹.

Un rapport sur le développement de la politique en faveur des personnes handicapées, présenté le 11 janvier 2017 par le Bureau fédéral de l'égalité pour les personnes handicapées (BFEH), demande un meilleur accès aux nouvelles prestations d'information et de communication. L'un de ses objectifs est de garantir la réalisation des programmes et des projets visant à promouvoir l'égalité et de transmettre

²¹⁵ Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter, Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis, Köln, 2013, p. 312 (en allemand uniquement)

²¹⁶ Directive de l'UE 2016/2102 relative à l'accessibilité des sites web et des applications mobiles des organismes du secteur public du 26.10.2016, JO L 327 du 2.12.2016, p. 1, disponible sous: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016L2102&from=FR>

²¹⁷ Directive (UE) 2016/2102 notamment l'art. 1 et l'art. 12 (mise en œuvre)

²¹⁸ Voir le communiqué de presse du DFI, <https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiques.msg-id-53417.html>

²¹⁹ Pour plus d'information: Groupe de travail interdépartemental Accès à Internet sans barrières, Plan d'action E-Accessibility 2015–2017, du 16.7.2015, réalisation du paquet de mesures sur l'accès sans barrières à l'internet de 20.6.2014, disponible sous: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/41220.pdf>

²²⁰ Stratégie "Suisse numérique" FF 2016 3801, chiffre 3, disponible sous: <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2016/3801.pdf>

²²¹ Pour plus d'information: Plan d'action e-Inclusion Suisse 2016-2020, technologies de l'information et de la communication pour une société inclusive, <http://www.einclusion.ch/fr/l-integration-numerique-au-niveau-international/plan-d-action-et-projets.html>, entre autres p. 3 et 4

aux autorités et aux particuliers les connaissances acquises et les instruments développés par la Confédération²²².

5.5.3.3 Etudes et accessibilité en Suisse

Il n'existe pas d'étude spécifique sur l'utilisation des réseaux sociaux par des personnes handicapées en Suisse. Néanmoins, la fondation "Accès pour tous", qui publie l'étude sur l'accessibilité des sites web en Suisse²²³, a constaté en 2016 qu'il existait un important potentiel d'amélioration aussi bien de la part des entreprises privées que du côté des cantons et des communes.

Certains sites internet de la Confédération ne respectent toujours pas la directive pour l'aménagement de sites Internet facilement accessibles (p028)²²⁴. La norme applicable aux offres internet des cantons et des communes est la norme d'accessibilité eCH-0059, version 2.0²²⁵, qui définit des critères unifiés auxquels les particuliers et les entreprises peuvent aussi se référer. Les directives susmentionnées ne répondent que marginalement aux besoins des personnes souffrant de troubles cognitifs. C'est pourquoi, la fondation "Accès pour tous" a rédigé, en collaboration avec la Haute école spécialisée de la Suisse du nord-ouest, le guide "Facile à surfer", qui s'adresse à toutes les personnes impliquées dans la conception d'un site internet²²⁶.

5.5.3.4 Etude allemande "Web 2.0/barrierefrei"

L'étude allemande "Web 2.0/barrierefrei", éditée en 2012 par Aktion Mensch²²⁷ et la fondation Digitale Chancen²²⁸, s'intéresse à l'utilisation de l'internet par des personnes handicapées²²⁹. Les résultats montrent par exemple que Wikipedia est très appréciée des utilisateurs sourds ou malentendants. Les wikis (61%), les photos (60%) et les vidéos (47%) sont les offres internet les plus populaires. Les personnes aveugles ont moins recours à l'internet; lire des wikis (85%), s'enregistrer comme utilisateurs (80%), écrire des commentaires (60%) ou écouter des podcasts (60%) sont les types d'utilisation les plus fréquents.

5.5.3.5 Etude australienne "Sociability: Social Media for People with Disability"

Selon une étude australienne parue en 2012²³⁰, qui a testé l'accessibilité de quelques réseaux sociaux, certaines sites sont plus faciles à utiliser sur certains terminaux que d'autres. Les personnes malvoyantes ou aveugles s'orientent par exemple plus facilement sur les pages mobiles de Facebook (m.facebook.com), qui sont réduites aux applications primaires. LinkedIn obtient des résultats particulièrement bons et est considéré comme utilisable de manière générale. En revanche, le générateur automatique de sous-titres sur YouTube essuie des critiques car il commet encore trop d'erreurs. Twit-

²²² DFI, Rapport sur le développement des personnes handicapées du 11 janvier 2017, p. 26, <https://www.news.admin.ch/news/message/attachments/46888.pdf>

²²³ Etude Accessibility 2016 en Suisse, Bilan de l'accessibilité des considérables offres Internet suisses, étude de la fondation suisse "Accès pour tous" pour une technologie adaptée aux handicapés, disponible sous: <http://www.access-for-all.ch/ch/77-aktuell/518-schweizer-accessibility-studie-2016.html>

²²⁴ Pour plus d'informations sur la directive: https://www.isb.admin.ch/isb/fr/home/ikt-vorgaben/prozesse-methoden/p028-richtlinien_bund_gestaltung_barrierefreie_internetangebote.html

²²⁵ Convention-cadre de droit public concernant la collaboration en matière de cyberadministration en Suisse (2016-2019), adoptée par le Conseil fédéral le 18 novembre 2015. Approuvée par l'Assemblée plénière de la Conférence des gouvernements cantonaux le 18 décembre 2015, <https://www.egovernment.ch/fr/umsetzung/offentlich-rechtliche-rahmenvereinbarung-uber-die-e-governme/>.

²²⁶ <http://einfachsurfen.ch>.

²²⁷ Principal organisme de financement d'Allemagne dans le domaine social <https://www.aktion-mensch.de/>.

²²⁸ <https://www.digitale-chancen.de/index.cfm/lang>.

²²⁹ Berger Andreas/Caspers Tomas/Croll Jutta/Hofmann Jörg/Kubicek Herbert/Peter Ulrike/Ruth-Janneck Diana/Trump Thilo, Web 2.0 / barrierefrei, Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung, Hrsg. Aktion Mensch, Bonn, 2010, abrufbar unter http://publikationen.aktion-mensch.de/barrierefrei/Studie_Web_2.0.pdf (en allemand uniquement)

²³⁰ Media Access Australia, Sociability: Social Media for People with a Disability, Ultimo NSW, 2012, disponible sous <http://www.mediaaccess.org.au/web/social-media-for-people-with-a-disability>

ter est considéré comme relativement peu accessible, quand bien même ce service repose exclusivement sur des messages textuels courts. Selon l'étude, les blogs sont facilement accessibles, avec des variations en fonction du handicap et du contenu. Skype est également bien noté.

5.5.3.6 Conclusion

Même l'accessibilité des médias sociaux n'a pas encore été systématiquement examinée en Suisse pour les handicapés, les études menées à l'étranger laissent supposer que les utilisateurs suisses souffrant d'un handicap ne peuvent pas toujours accéder facilement à ces outils. Réaliser une étude spécifiquement sur la Suisse permettrait de contribuer à mieux cerner les problèmes actuels et d'introduire des améliorations ciblées.

5.6 Application du droit

5.6.1 Généralités

Certains contenus publiés sur les médias sociaux peuvent enfreindre le code civil ou le code pénal (voir ch. 5.3 et 5.4 ci-dessus). Il convient d'examiner ici en détail notamment le problème posé par le fait que souvent, dans la pratique, les responsables d'infractions juridiques ne peuvent pas être amenés à rendre des comptes et que le siège de la plupart des réseaux sociaux se trouve à l'étranger. En outre, le droit suisse n'est pas le seul applicable et souvent, il faut recourir à l'instrument de l'entraide juridique²³¹.

Dans son rapport sur les médias sociaux 2013, le Conseil fédéral avait prévu de réexaminer la nécessité de réglementer la responsabilité des fournisseurs de services sur l'internet²³². Deux ans plus tard, le 11 décembre 2015, il a effectivement présenté un rapport sur la responsabilité civile des fournisseurs de services internet (voir ci-dessus ch. 4.2)²³³.

5.6.2 Responsabilité des fournisseurs pour les contenus de tiers

Comme indiqué dans le rapport sur les médias sociaux 2013, le Tribunal fédéral a admis la responsabilité civile (art. 28, al. 1, CC) de la Tribune de Genève, qui, en tant que fournisseur d'hébergement, avait proposé sur son site internet un espace de stockage pour des blogs. Pour le tribunal, la partie civile est même libre d'entamer exclusivement une procédure à l'encontre d'un participant qui n'a joué qu'un rôle secondaire dans une publication²³⁴.

En 2015, le Tribunal fédéral a précisé sa jurisprudence. L'art. 28 CC ne permet pas d'établir de responsabilité pour le fait d'autrui: une collaboration par un comportement passif suppose la violation d'un devoir d'agir. Une possibilité d'agir non utilisée ne suffit pas. Une obligation juridique d'empêcher ou de mettre fin à des propos blessants au regard du droit de la personnalité est nécessaire²³⁵. Le Tribunal fédéral est ainsi arrivé aux mêmes conclusions que le Conseil fédéral dans son rapport sur la responsabilité civile des fournisseurs de services internet.

En 2015 également, la Grande Chambre de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) a statué sur la responsabilité civile d'un portail commercial d'information en ligne pour la publication de commentaires d'utilisateurs, qualifiés de discours haineux et d'appels à la haine. La condamnation de

²³¹ Voir arrêt du Tribunal fédéral 1B_185/2016, 1B_186/2016, 1B_188/2016 du 16.11.2016

²³² Rapport sur les médias sociaux 2013, ch. 7.2.4.2, p. 77

²³³ La responsabilité civile des fournisseurs de services internet, Rapport du Conseil fédéral du 11 décembre 2015, <https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/bj/aktuell/news/2015/2015-12-110/ber-br-f.pdf>

²³⁴ Arrêt du Tribunal fédéral 5A_792/2011 du 14.1.2013 E. 6.2 (Tribune de Genève)

²³⁵ ATF 141 III 513, consid. 5.3

l'exploitant à payer un dédommagement au plaignant n'enfreignait pas le droit à la liberté d'expression²³⁶.

En revanche, dans un arrêt rendu en 2016, la CEDH a décliné la responsabilité civile d'un exploitant de plateforme non commerciale pour des commentaires vulgaires et insultants (mais qui n'étaient pas qualifiables de discours haineux ni d'appels à la violence) à l'encontre d'une entreprise (et non d'une personne physique, protégée par le droit à la dignité humaine)²³⁷. Cette jurisprudence a été confirmée en 2017 par la CEDH dans le cas de propos diffamatoires à l'encontre d'une personne privée dans la colonne de commentaires du blog d'une petite organisation non gouvernementale²³⁸.

5.6.3 Poursuite des auteurs de contenus illicites publiés sur des plateformes

Bien que les contributions sur les médias sociaux doivent respecter les dispositions du droit pénal et du droit civil, il est rare que les auteurs de contributions illicites soient amenés à rendre des comptes. Ceux-ci sont en effet souvent difficilement identifiables. Pour établir leur identité, les autorités de poursuite pénale n'ont généralement pas d'autre moyen que d'accéder aux adresses IP. A cet égard, la collaboration étroite et directe des autorités de police et de poursuite pénale avec les fournisseurs de médias sociaux est primordiale.

Le Conseil fédéral est conscient de ce problème depuis bien longtemps. Dans sa réponse à la motion Schwaab 14.3905, "Garantir l'identification des auteurs de messages haineux sur le Net"²³⁹, il reconnaît le rôle important des adresses IP pour l'identification d'auteurs de contenus illicites, mais constate que le véritable problème réside dans le caractère international de l'internet. La plupart des contenus punissables qui y sont découverts et qui sont signalés depuis la Suisse sont hébergés sur des serveurs étrangers, ce qui empêche les autorités suisses d'intervenir directement. Le Conseil fédéral considère que la coopération transfrontalière avec les autorités de poursuite pénale et les services de renseignement constitue un instrument important. Cette coopération repose sur la loi fédérale sur l'entraide internationale en matière pénale (EIMP; RS 351.1), la loi fédérale instituant des mesures visant au maintien de la sûreté intérieure (LMSI; RS 120), la Convention internationale sur l'élimination de toutes les formes de discrimination raciale (RS 0.104) et la Convention sur la cybercriminalité (RS 0.311.43). De l'avis du Conseil fédéral, compte tenu de cette dimension internationale, une obligation d'identification limitée à la Suisse ne serait que peu efficace et poserait des problèmes de mise en œuvre. Le Conseil national a partagé cet avis et rejeté la motion en décembre 2014²⁴⁰.

Deux interventions parlementaires du 15 décembre 2016 concernent la difficulté d'identifier les utilisateurs qui ont publié des contenus illégaux sur des médias sociaux comme Facebook²⁴¹. Elles ont été déposées suite à un arrêt rendu le 16 novembre 2016 par le Tribunal fédéral. Celui-ci a décidé, concernant une contribution diffamatoire sur Facebook, que seules les personnes titulaires ou détentrices des données, ou pour le moins qui détiennent le contrôle de celles-ci, peuvent être soumises à l'obligation de les fournir. En l'occurrence, il a établi que les données requises dans une procédure pour

²³⁶ Arrêt de la CEDH "Delfi AS c. Estland"(Arrêt n° 64569/09) du 16.6.2015 (Grande Chambre)

²³⁷ Arrêt de la CEDH "Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete c. Ungarn" (référence de l'arrêt n° 22947/13) du 2.2.2016

²³⁸ Arrêt de la CEDH "Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete c. Ungarn" (référence de l'arrêt n° 22947/13) du 2.2.2016

²³⁹ Motion Schwaab 14.3905, "Garantir l'identification des auteurs de messages haineux sur le Net"; disponible sous: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20143905>

²⁴⁰ Décision du Conseil national du 12.12.2014 <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=29840#votum1>

²⁴¹ Motion Levrat, 16.4082 Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux; <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20164082>; ainsi que la motion Schwaab du même nom 16.4080: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20164080>

atteinte à l'honneur (identité, données d'accès et adresse IP du titulaire du compte) étaient exigibles auprès de Facebook Irlande et non de Facebook Suisse²⁴².

A la suite de cet arrêt, les deux motions exigent que les entreprises de médias sociaux internationales, qui fournissent des services à des consommateurs suisses et traitent leurs données personnelles, disposent d'une filiale en Suisse²⁴³. Ces entreprises devraient pouvoir fournir des données aux autorités suisses sans qu'une demande de coopération à un autre Etat ne soit nécessaire.

Dans sa réponse du 15 février 2017, le Conseil fédéral a déclaré qu'il trouvait aussi la situation actuelle insatisfaisante et qu'il était à la recherche d'une solution praticable et opposable en justice. Toutefois, selon lui, la voie indiquée dans les deux motions est vouée à l'échec. L'application sous la contrainte de l'obligation de fournir des informations n'est guère réalisable si l'entreprise ne se conforme pas à une injonction et qu'elle stocke des données à l'étranger. Dans ces cas, les données doivent être exigées par le biais de l'entraide judiciaire. Au niveau international, on s'achemine toutefois vers une solution. Le comité du Conseil de l'Europe chargé de la lutte contre la cybercriminalité élabore actuellement des propositions qui permettraient aux autorités de poursuite d'obtenir en temps utile les données électroniques secondaires et celles relatives au trafic. Le Conseil fédéral est aussi déjà en train d'examiner, sans a priori, des mesures qui permettraient d'obtenir plus rapidement les données requises, tout en tenant compte des principes de souveraineté et de territorialité, ainsi que de l'entraide judiciaire en matière pénale et de la protection des données²⁴⁴.

En mars 2017, la motion 16.4082 a été transmise par le Conseil des Etats à la commission compétente pour examen préalable²⁴⁵.

5.6.4 Autres aspects de l'application du droit dans un contexte transfrontalier

5.6.4.1 Centre européen de lutte contre la cybercriminalité

Le Centre européen de lutte contre la cybercriminalité (EC3) a ouvert ses portes en 2013 à La Haye²⁴⁶. Il a notamment pour vocation de collecter des expériences et des informations, d'apporter son soutien à des enquêtes criminelles et de favoriser la recherche de solutions à l'échelle européenne²⁴⁷. Comme il ressort de son premier rapport annuel, le centre collabore actuellement à neuf opérations de police de large ampleur contre des auteurs d'abus sexuels commis sur des enfants. En dehors de l'Europe, il a également déployé, en collaboration avec d'autres Etats membres et d'autres partenaires, des efforts considérables contre des activités illégales de pédophiles impliqués dans l'exploitation d'enfants sur l'internet au moyen de services cachés. Le centre participe également à de nombreuses opérations et enquêtes relatives à la production et à la diffusion de matériel de pédopor-

²⁴² Sur l'objet et les raisons détaillées, voir arrêt du Tribunal fédéral 1B_185/2016, 1B_186/2016, 1B_188/2016 du 16.11.2016 (publication ATF prévue)

²⁴³ Motion Levrat, 16.4082 Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux; <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20164082>; ainsi que la motion Schwaab du même nom 16.4080: <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20164080>.

²⁴⁴ Réponse du Conseil fédéral sur les motions Levrat 16.4082 et Schwaab, 16.4080 du 15.02.2017 <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20164082>

²⁴⁵ Décision du Conseil des Etats sur la motion d'ordre Levrat du 9.3.2017, <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=39503>

²⁴⁶ Voir aussi Communiqué de presse de la Commission européenne du 28 mars 2012 "Un Centre européen de lutte contre la cybercriminalité pour combattre la criminalité sur l'internet et protéger les consommateurs en ligne", disponible sous: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-317_de.htm

²⁴⁷ Communiqué de presse de la Commission européenne "Europäisches Zentrum zur Bekämpfung der Cyberkriminalität: Eröffnung am 11. Januar"; disponible sous: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-13_de.htm (en allemand uniquement)

nographie sur des plateformes internet. Dans ce contexte, il fournit un soutien opérationnel et analytique dans le cadre d'enquêtes²⁴⁸ et collabore également activement avec l'Office fédéral de la police (fedpol)²⁴⁹.

5.6.4.2 *Trusted Flaggers*

Dans le contexte international, les médias sociaux luttent depuis quelque temps contre les vidéos de propagande et les représentations de la violence de l'Etat islamique (EI). Les utilisateurs peuvent signaler ce type de contenu à la plateforme, laquelle examine les vidéos et les supprime, cas échéant. Les réseaux sociaux accordent un statut spécial à certains utilisateurs, appelés *trusted flaggers*. Lorsque ceux-ci signalent une vidéo violente, leur message est traité en priorité et la vidéo supprimée très rapidement si elle contrevient effectivement aux conditions d'utilisation de la plateforme.

Depuis mi-2016, fedpol bénéficie d'un statut de *trusted flagger* sur YouTube. Il signale régulièrement des vidéos violentes ou de propagande, notamment dans le domaine du terrorisme djihadiste. Les vidéos signalées sont punissables en vertu du droit suisse. Fedpol est également en contact avec Facebook et Twitter pour ce qui a trait à des représentations de la violence et à la diffusion de propagande terroriste²⁵⁰. La collaboration directe entre les autorités de police et de poursuite pénale et les fournisseurs de médias sociaux est primordiale dans la lutte contre la criminalité, entre autres dans le but d'obtenir plus rapidement des informations lors d'enquêtes. Il est souhaitable que fedpol continue, dans le cadre de ses ressources disponibles, à agir en tant que *trusted flagger* et obtienne également ce statut auprès d'autres réseaux sociaux.

5.6.5 Suppression et décisions de blocage

5.6.5.1 Suppression de contenus problématiques sur la plateforme

La loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA; RS 231.1) est en cours de révision. Le 2 décembre 2016, le Conseil fédéral a pris connaissance des résultats de la consultation sur la révision partielle. Le DFJP, compétent en la matière, présentera d'ici l'été 2017 au Conseil fédéral une proposition sur la suite à donner à ce dossier²⁵¹. Les violations du droit d'auteur sur l'internet, entre autres sur les médias sociaux peuvent provoquer d'énormes dommages (voir ci-dessus ch. 5.3.5). Le système qui doit être introduit à l'occasion de la révision table en premier lieu sur le soutien des fournisseurs de services de communication dérivés (fournisseurs d'hébergement au sens le plus large). Ces derniers seront tenus désormais de supprimer rapidement de leurs serveurs les contenus illicites. En outre, si, en tant qu'hébergeur, ils sont à l'origine d'un danger particulier de violation des droits d'auteur, ils doivent faire en sorte d'éliminer les atteintes et veiller à ce qu'elles ne restent définitivement (*stay down*)²⁵².

L'Allemagne estime nécessaire de mieux faire appliquer le droit dans les médias sociaux pour permettre de faire supprimer les contenus punissables, notamment le discours haineux, les propos injurieux ou diffamatoires, ainsi que les troubles de l'ordre public par des simulations de délits²⁵³. Selon le ministre fédéral de la justice, seul 1% des contenus punissables annoncés sur Twitter sont effacés;

²⁴⁸ First Year Report European Cybercrime Center EC3, p. 15, <https://www.europol.europa.eu/publications-documents/european-cybercrime-center-ec3-first-year-report> (en anglais uniquement)

²⁴⁹ Voir rapport annuel fedpol 2015, p. 34, <https://www.fedpol.admin.ch/dam/data/fedpol/publiservice/publikationen/berichte/jabe/jabe-2015-d.pdf> (en allemand uniquement)

²⁵⁰ Stefan Bühler "So stoppt der Bund Jihad-Videos" NZZ am Sonntag du 14.08.2016, <https://www.nzz.ch/nzzas/nzz-am-sonntag/kampf-gegen-terrorismus-so-stoppt-der-bund-jihad-videos-ld.110858> (en allemand uniquement)

²⁵¹ Communiqué de presse du Conseil fédéral du 2.12.2016; disponible sous: <https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/fr/home/aktuell/news/2016/2016-12-022.html>

²⁵² Communiqué de presse de l'IPI du 2.3.2017; disponible sous: https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Urheberrecht/f/AGUR12_II_Medienmitteilung_20170302_FR.pdf

²⁵³ Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz NetzDG), p. 2, disponible sous: https://netzpolitik.org/wp-upload/2017/03/1703014_NetzwerkDurchsetzungsG.pdf (en allemand uniquement)

sur Facebook la proportion atteint 39%, et sur YouTube 90%²⁵⁴. Pour cette raison, le ministre a ordonné la rédaction d'un projet de loi applicable aux réseaux (NetzDG), qui a été présenté le 14 mars 2017 lors d'une conférence de presse²⁵⁵. Afin que les réseaux sociaux traitent plus rapidement les plaintes, notamment celles qui émanent d'utilisateurs et en lien avec des crimes de haine, des règles de conformité ont été introduites dans le projet de loi. La réglementation vise notamment à instaurer pour les réseaux sociaux, une obligation légale de fournir un compte-rendu sur la manière de traiter les propos haineux ainsi que de garantir une gestion efficace des plaintes et la désignation d'un mandataire ad litem domicilié dans le pays. Dans le projet initial, en cas de violations de ces obligations organisationnelles, les entreprises et les responsables de la surveillance pourraient être passibles d'une amende²⁵⁶ pouvant atteindre 5 millions d'euros, voire 50 millions d'euros pour les entreprises²⁵⁷.

Le 5 avril 2017, tenant compte des critiques, le cabinet fédéral a adopté, sous une forme légèrement modifiée, le projet de loi du ministère fédéral de la justice pour une meilleure application de la loi sur les médias sociaux. En vertu de ce nouveau projet, les médias sociaux ne sont pas tenus de prendre des mesures proactives contre le réenregistrement de contenus illégaux. Par contre, les contenus illégaux ont été étendus à certains délits, comme la pornographie²⁵⁸.

5.6.5.2 Blocage de l'accès à des contenus problématiques par le fournisseur d'accès

Dans le cadre de la révision de la LTC, pour lutter contre la pornographie qualifiée, il est prévu d'introduire une disposition qui oblige les fournisseurs de services de télécommunication à bloquer l'accès aux contenus pornographiques qualifiés selon les listes dressées par le SCOCI (voir ch. 3.3)²⁵⁹.

Des blocages de l'accès sont également prévus dans le projet de la nouvelle loi fédérale sur les jeux d'argent (loi sur les jeux d'argent; LJAr)²⁶⁰. L'art. 84, al. 1 et 4 AP-LJAr définit dans les grandes lignes les instruments de lutte contre les offres de jeux en ligne non autorisées. Il est prévu de tenir des listes noires des sites internet de jeux non autorisés. Les fournisseurs d'accès internet doivent être tenus de bloquer les sites figurant sur ces listes lorsque les fournisseurs sont domiciliés à l'étranger et qu'ils n'interdisent pas d'eux-mêmes l'accès à leur offre en Suisse.

²⁵⁴ Ministère fédéral de la justice et de la protection des consommateurs "Um die Unternehmen bei der Löschung strafbarer Inhalte noch stärker in die Pflicht zu nehmen, brauchen wir gesetzliche Regelungen", Heiko Maas zum Gesetzesentwurf zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, http://www.bmiv.de/SharedDocs/Zitate/DE/2017/03132017_GE_Rechtsdurchsetzung_Soziale_Netzwerke.html;jsessionid=D058AAAA90B4E3362528111918DFCFD7.1_cid297

²⁵⁵ <https://netzpolitik.org/2017/netzwerkdurchsetzungsgesetz-maas-stellt-regulierungsplan-fuer-soziale-netzwerken-vor/> (en allemand uniquement)

²⁵⁶ Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz NetzDG), p. 2, disponible sous: https://netzpolitik.org/wp-upload/2017/03/1703014_NetzwerkDurchsetzungsG.pdf (en allemand uniquement)

²⁵⁷ Süddeutsche Zeitung, Maas will Hasskommentare mit hohen Bussgeldern bekämpfen, 14 mars 2017, <http://www.sueddeutsche.de/digital/gesetzesentwurf-maas-will-hasskommentare-mit-hohen-bussgeldern-bekaempfen-1.3418827>; http://www.bmiv.de/SharedDocs/Zitate/DE/2017/03132017_GE_Rechtsdurchsetzung_Soziale_Netzwerke.html;jsessionid=D058AAAA90B4E3362528111918DFCFD7.1_cid297. Le projet a suscité une vive controverse en Allemagne. Voir p. ex.: Wimmers Jörg/Heymann Britta, Zum Referentenentwurf eines Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) – eine kritische Stellungnahme, in: Archiv für Presserecht (AfP) 2017, p. 93-102; Schulz Wolfgang, Comments on the Draft for an Act improving Law Enforcement on Social Networks (NetzDG); disponible sous: <https://www.hans-bredow-institut.de/de/aktuelles/stellungnahme-von-prof-dr-wolfgang-schulz-zum-netzwerkdurchsetzungsgesetz> (documents en allemand uniquement)

²⁵⁸ <http://www.cmshs-bloggt.de/tmc/netzwerkdurchsetzungsgesetz-netzdg/>; http://www.bmiv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_NetzDG.pdf?__blob=publicationFile&v=2. Sur le projet de loi du gouvernement, voir: Michael Kubiciel Neuartige Sanktionen für soziale Netzwerke ? Der Regierungsentwurf zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, Juris du 12.4.2017; disponible sous: <https://www.juris.de/jportal/portal/page/homerl.psm?nid=jpr-NLS-FADG000217&cmsuri=%2Fjuris%2Fde%2Fnachrichten%2Fzeigenachricht.jsp> (en allemand uniquement)

²⁵⁹ Disponible sous: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/l-ofcom/organisation/bases-legales/dossiers-du-conseil-federal/rapport-2014-sur-les-telecommunications.html>

²⁶⁰ Message concernant la loi fédérale sur les jeux d'argent du 21.10.2015. Chapitre 7: Restriction de l'accès aux offres de jeux d'argent en ligne non autorisées en Suisse, FF 2015 7708 <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2015/7627.pdf>

Les offres élaborées en Suisse mais destinées à l'étranger peuvent être bloquées moyennant une procédure administrative ou pénale ordinaire. Les autorités compétentes peuvent ordonner un blocage à titre provisoire; le dispositif tel que prévu n'est donc pas nécessaire pour les offres en Suisse²⁶¹.

Le Conseil des Etats, puis le Conseil national²⁶² en mars 2017 ont approuvé le blocage de l'accès aux jeux illégaux d'argent en ligne proposé par le Conseil fédéral.

6 Résumé (bilan intermédiaire)

Dans son rapport en réponse au postulat du 9 octobre 2013, le Conseil fédéral traitait les questions suivantes:

- Quelle est la situation juridique des médias sociaux en Suisse et au niveau international?
- Où le droit présente-t-il des lacunes?
- Comment les combler?
- Que pense le Conseil fédéral de l'introduction d'une loi sur les médias sociaux, qui tienne compte des particularités de ces nouvelles plateformes de communication?

En 2013, le Conseil fédéral estimait opportun de dresser un nouvel état des lieux du cadre juridique des médias sociaux dans les prochaines années. Le présent rapport répond à cette exigence.

Plusieurs projets de réglementation en cours prévoient des dispositions sur les médias sociaux. Un aperçu de l'état actuel des travaux est brièvement présenté ci-après:

- La révision prévue de la LPD crée les conditions permettant à la Suisse de ratifier la Convention modernisée du Conseil de l'Europe sur la protection des données (STE 108) et de reprendre la directive européenne sur la protection des données (directive sur la protection des données 2016/680) dans le domaine de la poursuite pénale. Elle permet également de rapprocher la législation suisse des exigences du Règlement général de l'Union européenne sur la protection des données (RGPD 2016/679). La révision de la LPD contient plusieurs points applicables aux médias sociaux, entre autres le principe de protection dès la conception et par défaut (*privacy by design, privacy by default*), l'obligation de diligence dans le traitement des données (droit à l'oubli et droit à la suppression de données) ou la publication de recommandations de bonnes pratiques par le PFPDT.
- Pour améliorer la protection des jeunes face aux médias, le Conseil fédéral a chargé le DFI d'élaborer d'ici 2017 une loi régissant de manière uniforme les indications de limite d'âge ainsi que la vente et la distribution de films et de jeux vidéo. Il a également été décidé de poursuivre le projet "Jeunes et médias", qui a notamment pour but de sensibiliser les jeunes à l'utilisation des nouveaux médias.
- Outre la levée de l'obligation générale de s'annoncer pour les fournisseurs de services de télécommunication (évoquée ci-dessus au ch. 4.4), la révision de la LTC prévoit également de nouvelles dispositions visant à renforcer la protection des consommateurs, des enfants et des jeunes. Par exemple, lors de la vente d'abonnements de téléphonie mobile et d'accès fixes à l'internet, les fournisseurs de services de télécommunication seront tenus à l'avenir d'informer les parents sur les possibilités de protection des enfants et des jeunes. Une obligation de bloquer les sites contenant de la pornographie qualifiée est également prévue.
- La révision totale de la LSCPT, qui entrera probablement en vigueur début 2018, permet une meilleure application du droit pénal, aussi dans le domaine des médias sociaux. Sur la base de la

²⁶¹ Message concernant la loi fédérale sur les jeux d'argent, art. 84, p. 83 <https://www.bj.admin.ch/dam/data/bj/wirtschaft/gesetzgebung/geldspielinitiative/bot-f.pdf>.

²⁶² Délibérations du Conseil national du 1.3.2017; <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=39312> (en allemand uniquement)

législation révisée, le Conseil fédéral pourra contraindre les fournisseurs de services de communication dérivés qui offrent des prestations économiquement importantes ou destinées à un grand nombre d'utilisateurs à conserver et à livrer des données, comme sont déjà tenus de le faire les fournisseurs de services de télécommunication classiques. La LRens révisée et récemment approuvée par le peuple fait écho à ces obligations en matière de fourniture de renseignements et de surveillance au sens de la LSCPT; elle autorise entre autres le service de renseignement de la Confédération à identifier et surveiller des personnes sur les principaux réseaux sociaux dans le but de préserver les intérêts essentiels du pays.

Une fois terminés, les projets de réglementation en cours au niveau national et international offriront une meilleure protection aux utilisateurs des médias sociaux et permettront de mieux préserver les intérêts publics légitimes. Raison pour laquelle, ils doivent être poursuivis et menés avec détermination par les unités administratives responsables.

7 Mesures recommandées et suite du processus

Compte tenu de l'état des lieux actuel, le Conseil fédéral arrive à la conclusion que pour l'heure, il n'est pas nécessaire de prendre des mesures de réglementation supplémentaires en ce qui concerne les médias sociaux.

L'influence systématique des fausses informations (*fake news*) sur la formation politique de l'opinion et de la volonté, en particulier leur élaboration et leur diffusion automatiques par des robots sociaux, sont actuellement au centre des discussions politiques et de droit des médias en Suisse. Les exploitants de plateformes et les organisations privées prévoient déjà des mesures d'autorégulation afin de lutter contre les *fake news* produites de manière intentionnelle. Le risque d'influence des fausses informations et surtout des robots sociaux sur la formation démocratique de l'opinion est reconnu. Faute de recul, il n'est cependant pas possible à l'heure actuelle d'affirmer dans quelle mesure une réglementation étatique est nécessaire. Pour l'instant, le Conseil fédéral mise sur une autorégulation de la branche et observe attentivement l'évolution de la situation au niveau national et international.

Pour ce qui est de la notification des contenus problématiques publiés sur les médias sociaux, les *trusted flaggers* jouissent d'un statut particulier. Lorsqu'ils signalent des contenus problématiques à une plateforme de médias sociaux, leur message est traité en priorité et les contenus immédiatement supprimés, pour autant qu'il s'agisse d'une violation manifeste des conditions d'utilisation de la plateforme concernée. Cette forme d'autorégulation porte principalement sur des vidéos de propagande ou montrant des actes violents. En Suisse, l'Office fédéral de la police (fedpol) a un statut de *trusted flagger*. Il serait judicieux que fedpol puisse étendre ces activités à d'autres médias sociaux.

Dans le cadre de la révision de la loi sur la protection des données (LPD), le Conseil fédéral a examiné la possibilité d'introduire un droit de transfert des données personnelles (portabilité des données). Il est arrivé à la conclusion qu'il était difficile de mettre en œuvre un tel droit. Cela impliquerait notamment une concertation entre les responsables et sans doute un accord sur les supports et standards informatiques utilisés. Dans le projet de consultation relatif à la révision de la loi sur la protection des données, le Conseil fédéral renvoie également à la stratégie "Suisse numérique". Les premiers jalons pour une politique des données en Suisse seront probablement posés fin 2017. Dans ce contexte, il s'agira également d'examiner s'il convient de réglementer la réutilisation de données personnelles, techniques et anonymisées.

Les stars des médias sociaux qui diffusent des vidéos en ligne sur différents thèmes constituent un phénomène relativement nouveau. Ces stars deviennent de plus en plus populaires et professionnelles et utilisent fréquemment les médias sociaux pour diffuser des messages commerciaux. Souvent, la publicité n'est pas clairement séparée des autres contenus. Contrairement à l'Allemagne par exemple, en Suisse, pratiquement aucune des prescriptions spécifiques régissant la déclaration de la publicité ne s'applique aux médias sociaux, en dehors du respect des dispositions générales du droit contre la concurrence déloyale. Actuellement, l'obligation de transparence prévue dans la LRTV n'est

juridiquement applicable qu'au domaine de la radio et de la télévision. Pour la protection de la libre formation de l'opinion, il conviendrait d'étendre cette obligation aux réseaux sociaux. Des standards minimaux concernant la protection de la jeunesse et l'indication des placements de produits sont en cours de définition dans le cadre des travaux préparatoires relatifs à la nouvelle loi sur les médias électroniques. Une harmonisation avec la réglementation européenne est également examinée. Il est prématuré de se prononcer ici sur les analyses en cours.

Dans le cas des médias sociaux, faire appliquer le droit au-delà des frontières s'avère toujours difficile. Un jugement rendu l'année dernière par le Tribunal fédéral montre que la question devient de plus en plus sensible. Suite à ce jugement, deux interventions parlementaires ont été déposées (Mo. Levrat 16.4082 et Mo. Schwaab 16.4080). La Suisse soutient et poursuit avec détermination les efforts déployés, notamment par le Conseil de l'Europe, en vue de trouver une solution concrète au niveau international.

8 Répertoires

8.1 Liste des abréviations

AGUR	Groupe de travail chargé d'améliorer la gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins
Al.	Alinéa
APCE	Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe
AP-LPD	Avant-projet de révision totale de la loi fédérale sur la protection des données du 21.12.2016
App	Application
Art.	Article
Art. 3, let. b	Article 3, lettre b
CC	Code civil suisse (RS 210)
CCH	Code of conduct Hosting (de la simsa)
CDPH	Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées (RS 0.109)
CEDH	Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (RS 0.101)
CFR	Commission fédérale contre le racisme
Chap.	Chapitre
CM/Rec	Recommandation du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe
CP	Code pénal suisse (RS 311.0)
CSAJ	Conseil suisse des activités de jeunesse
Cst.	Constitution fédérale (RS 101)
DETEC	Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication
DFI	Département fédéral de l'intérieur
DFJP	Département fédéral de justice et police
DLM	Deutsche Landesmedienanstalten
EI	Etat islamique

IPI	Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
LCD	Loi fédérale contre la concurrence déloyale (RS 241)
LDA	Loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins (RS 231.1)
LEEJ	Loi sur l'encouragement de l'enfance et de la jeunesse
LHand	Loi sur l'égalité pour les handicapés (RS 151.3)
LJAr	Loi fédérale sur les jeux d'argent
LMe	Loi sur les médias électroniques
LMSI	Loi fédérale instituant des mesures visant au maintien de la sûreté intérieure (RS 120)
LPD	Loi fédérale sur la protection des données (RS 235.1)
LRens	Loi fédérale sur le renseignement (RS 121)
LRTV	Loi fédérale sur la radio et la télévision (RS 784.40)
LSCPT	Loi fédérale sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication (RS 780.1)
LTC	Loi sur les télécommunications RS 784.10
N°	Numéro
OEA	Organisation des États américains
OFAS	Office fédéral des assurances sociales
OFCOM	Office fédéral de la communication
OFJ	Office fédéral de la justice
OFS	Office fédéral de la statistique
OTT IP	Protocole internet over the top
P. ex.	Par exemple
PFPDT	Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence
P-STE 108	Projet de Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des

	données à caractère personnel du Conseil de l'Europe, Série des traités européens – n° 108
RGPD	Règlement général de l'UE sur la protection des données
RS	Recueil systématique du droit fédéral suisse
SCOCI	Service de coordination de la lutte contre la criminalité sur Internet
SECO	Secrétariat d'Etat à l'économie
SG-DFF	Secrétariat général du Département fédéral des finances
Simsa	Swiss Internet Industry Association
SLR	Service fédéral de lutte contre le racisme
SMS	Technologies de l'information et de la communication
SSR	Société suisse de radiodiffusion et télévision
STE 108	Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel du Conseil de l'Europe, Série des traités européens n°108
UE	Union européenne
VoD	Video on Demand (vidéo à la demande)
WCAG	<i>Web Content Accessibility Guidelines</i> , directives pour des sites web facilement accessibles

8.2 Liste des interventions parlementaires 2013 - 2016

PROTECTION DE LA JEUNESSE

15.3723 Ip. Schmid-Federer Barbara	19.06.2015 Liquidé
Protéger la jeunesse dans le domaine des médias.	
Suivre les recommandations des experts	
15.1024 A. Amherd Viola	20.03.2015 Liquidé
Programmes de protection de la jeunesse	
14.3969 Ip. Masshardt Nadine	26.09.2014 Liquidé
Utiliser les compétences médiatiques pour lutter contre les discours de haine	
14.3868 Ip. Gilli Yvonne	25.09.2014 Liquidé
Utilisation problématique des smartphones par les jeunes	
14.3367 Mo. Amherd Viola	08.05.2014 Pas encore traité au conseil
Combattre la textopornographie	
13.4266 Ip. Amherd Viola	13.12.2013 Pas encore traité au conseil
Lutter contre le phénomène du sexting	
13.3087 Mo. Tornare Manuel	14.03.2013 Liquidé
Cybercriminalité	

PROTECTION DES DONNEES, PROTECTION DES DROITS DE LA PERSONNALITE

16.3313 Po. Guhl Bernhard	27.04.2016 Liquidé
Examiner la mise en œuvre de mesures contre les voyeurs qui gênent les interventions ou violent les droits de la personnalité	
15.3657 Ip. Munz Martina	18.06.2015 Liquidé
Droit à l'oubli pour les internautes	
15.3407 Po. Feri Yvonne	05.05.2015 Pas encore traité au conseil
Protéger les droits de la personnalité	
14. 4204 Po. Feri Yvonne	11.12.2014 Adopté
Agir plus efficacement contre le harcèlement obsessionnel	
14.3963 Po. Müller-Altermatt Stefan	26.06.2014 Pas encore traité au conseil
La législation sur les protections des données protège-t-elle contre la pédophilie?	
14.3905 Mo. Schwaab Jean Christophe	25.09.2014 Liquidé
Garantir l'identification des auteurs de messages haineux sur le Net	
14.3782 Po. Schwaab Jean Christophe	24.09.2014 Adopté
Des règles pour la "mort numérique"	
14.3655 Po. Derder Fathi	20.06.2014 Adopté
Définir notre identité numérique et identifier les solutions pour la protéger	

14.3288 Mo. Comte Raphaël faire de l'usurpation d'identité une infraction pénale en tant que telle	21.03.2014 Adopté
14.404 Iv. pa. Schwaab Jean-Christophe Pour des sanctions réellement dissuasives en cas de violation de la protection des données	19.03.2014 Liquidé
13.5380 Q. Reimann Maximilian Insuffisance des instruments de lutte contre la cybercriminalité	18.09.2013 Liquidé
13.4086 Mo. Groupe des Verts Programme national de recherche portant sur un système de protection des données applicable au quotidien dans la société de l'information	05.12.2013 Pas encore traité au Conseil
13.3989 Po. Recordon Luc Violations de la personnalité dues au progrès des techniques de l'information et de la communication	27.09.2013 Adopté
13.3841 Mo. Rechsteiner Paul Commission d'experts pour l'avenir du traitement et de la sécurité des données	26.09.2013 Adopté
13.3726 Po. Schwaab Jean Christophe Usurpation d'identité. Une lacune du droit pénal à combler?	25.09.2013 Liquidé
13.3492 Ip. Groupe BD Prescriptions en matière de protection des données pour la cyberadministration	18.09.2013 Liquidé
13.3215 Mo. Riklin Kathy Régler la responsabilité des fournisseurs de prestations Internet	19.06.2013 Liquidé
13.3052 Mo. Schwaab Jean Christophe Droit d'action collective en cas de viol de la protection des données, en particulier sur Internet	21.03.2013 Liquidé
RESEAUX SOCIAUX	
15.3460 Ip. Mörgeli Christoph La Confédération sur Youtube	07.03.2013 Liquidé
14.3193 Po. Vogler Karl Améliorer l'efficacité des enquêtes policières dans les réseaux sociaux	06.05.2015 Liquidé
14.305 Initiative Cantonale Berne Appels anonymes à manifester	20.03.2014 Liquidé
16.4082 Mo. Levrat Christian Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux	15.12.2016 Pas encore traité au Conseil
16.4080 Mo. Schwaab Jean Christoph Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux	15.12.2016 Pas encore traité au conseil

8.3 Publications

Bähler Regula, Tweet und Retweet: mitgegangen, mitgefangen – aber nicht immer: Medienethische und rechtliche Annäherung an das Medium Twitter im Umfeld von Ehrverletzungen, in: medialex Newsletter 2/2017.

Berger Andreas/Caspers Tomas/Croll Jutta/Hofmann Jörg/Kubicek Herbert/Peter Ulrike/Ruth-Janneck Diana/Trump Thilo, Web 2.0 / barrierefrei, Eine Studie zur Nutzung von Web 2.0 Anwendungen durch Menschen mit Behinderung, Hrsg. Aktion Mensch, Bonn, 2010.

Bernet PR AG für Kommunikation ZHAW Studie Social Media Schweiz 2016.

Bessi Alessandro/Ferrara Emilio, Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion, in: First Monday 2016, Vol. 21, Number 11.

Bond Robert M./Fariss Christopher J./Jones Jason J/Kramer Adam D. I./Marlow Cameron/Settle Jamie E./Fowler James H., A 61-million-person experiment in social influence an political mobilization, in nature international weekly journal of science, 13. September 2012.

Brun Marcel, Cyberbullying – aus strafrechtlicher Sicht, in: recht 2016, S. 20.

Cappello Maja, Herausgeberin Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Editorial zu IRIS Newsletter 2017-3.

Cook David M/Waugh Benjamin/Maldini Abdipannah/Omid Hashemi, et al.. "Twitter Deception and Influence: Issues of Identity, Slacktivism, and Puppetry" Journal of Information Warfare Vol. 13 Iss. 1 (2014).

Egli Patricia/Rechsteiner David, Social Bots und Meinungsbildung in der Demokratie, in: Aktuelle Juristische Praxis AJP 2017, S. 249ff.

Fucík Jan, Zentrum gegen Terrorismus und hybride Gefahren nimmt die Arbeit auf, in: Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.), IRIS 2017-3, S. 9.

Hwang Tim/Rosen Lea, Harder, Better, Faster, Stronger, CompProp Working Paper No. 1.

Keller Claudia, Werberecht, in: Staffelbach Oliver / Keller Claudia (Hrsg.), Social Media und Recht für Unternehmen, Zürich 2015.

Kind Sonja/Bovenschulte Marc/Ehrenberg Sillies Simone/Jetzke Tobias/Weide Sebastian, Social Bots - Thesenpapier zum öffentlichen Fachgespräch „Social Bots – Diskussion und Validierung von Zwischenergebnissen“ am 26. Januar 2017 im Deutschen Bundestag.

Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter, Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis, Köln 2013.

Latzer Michael/Just Natascha/Metreveli Sulkhan/Saurwein Florian, Internet-Anwendungen und deren Nutzung in der Schweiz. Themenbericht aus dem World Internet Project-Switzerland 2013, Universität Zürich, Zürich.

Meili Andreas/Galfano Michèle, Medienrechtliche und medienethische Schranken für Online-Leserkommentare - Eine Übersicht mit Fallbeispielen, medialex 2016.

Prazeller Markus/Hug David, Twitter und Persönlichkeitsschutz - Bemerkungen zu den Urteilen des Bundesgerichts betreffend die Berichterstattung zum «Kristallnacht-Tweet» (5A_975/2015 und 5A_195/2016 vom 4. Juli 2016), in: Jusletter 24. Oktober 2016.

Rieder Pierre, Beschwerdemöglichkeit gegen Online-Inhalte der SRG – Die Neugestaltung der Aufsicht über das übrige publizistische Angebot der SRG, in: medialex Jahrbuch für Medienrecht 2016, S. 32ff.

Rosenthal David, Der Vorentwurf für ein neues Datenschutzgesetz: Was er bedeutet in: Jusletter 20. Februar 2017.

Schweizer Accessibility-Studie 2016, Bestandesaufnahme der Zugänglichkeit bedeutender Schweizer Internetangebote, Eine Studie der Schweizerischen Stiftung zur behindertengerechten Technologienutzung <<Zugang für alle>>.

Sociability: Social Media for People with a Disability, Hrsg: Media Access Australia, Ultimo NSW, 2012.

Trenk-Hintenberger in Kreutz et al., N 5 und 7 zu Art. 9 UNO-BRK (Kreutz Marcus/Lachwitz Klaus/Trenk-Hinterberger Peter, Die UN-Behindertenrechtskonvention in der Praxis, Köln, 2013.

8.4 Répertoire des lois

Loi fédérale du 13 décembre 2002 sur l'élimination des inégalités frappant les personnes handicapées (LHand), RS 151.3

Loi fédérale du 19 juin 1992 sur la protection des données (LPD), RS 235.1

Loi sur les télécommunication du 30 avril 1997 (LTC), RS 784.10

Loi fédérale du 30 septembre 2011 sur l'encouragement des activités extrascolaires des enfants et des jeunes (LEEJ), RS 446.1

Loi fédérale du 6 octobre 2000 sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication (LSCPT), RS 780.1

Loi fédérale du 18 mars 2016 sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication (nLSCPT), FF 2016 1821

Constitution de la Confédération suisse du 18 avril 1999 (Cst.), RS 101

Loi fédérale du 21 mars 1997 instituant des mesures visant au maintien de la sûreté intérieure (LMSI), RS 120

Loi fédérale du 25 septembre 2015 sur le renseignement (LRens), FF 2015 6597

Loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV), RS 784.40

Code pénal suisse du 21 décembre 1937 (CP), RS 311.0

Loi fédérale du 9 octobre 1992 sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA), RS 232.1

Loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD), RS 241

Code civil suisse du 10 décembre 1907 (CC), RS 210

Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales du 4 novembre 1950 (CEDH), RS 0.101

Convention du 28 janvier 1981 pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel, RS 0.235.1.