

ASSEMBLÉE NATIONALE

13 juin 2019

LUTTER HAINE INTERNET - (N° 1785)

Retiré

AMENDEMENT

N° CL42

présenté par

M. Bothorel, Mme Abadie, M. Mis, Mme Tiegna, Mme Hérin, Mme Michel, M. Lavergne, Mme Brulebois, M. Rouillard, M. Roseren, M. Sommer, M. Besson-Moreau, M. Girardin, M. Vignal, Mme Genetet, Mme Le Peih, M. André, M. Testé, Mme Calvez, M. Belhamiti, Mme Provendier, Mme Vanceunebrock, M. Eliaou, M. Rudigoz, M. Rebeyrotte, M. Taché, M. Dombrevail et Mme Janvier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 6, insérer l'article suivant:**

I. – Les acheteurs de prestations de publicité digitale au sens du décret n° 2017-159 du 9 février 2017 ou leurs mandataires s'assurent que les messages publicitaires ne sont pas diffusés dans des univers de diffusion qui comprennent :

1° Un site internet sur lequel est affiché un contenu litigieux au sens du premier alinéa du I de l'article 6-2 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique ;

2° Une interface numérique mise à disposition par un opérateur de plateforme en ligne mentionné au I de l'article L. 111-7 du code de la consommation proposant un service de communication au public en ligne reposant sur la mise en relation de plusieurs parties en vue du partage de contenus publics, sur laquelle est affiché un contenu litigieux au sens du premier alinéa du I de l'article 6-2 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 précitée, et si l'opérateur de plateforme partage des revenus publicitaires avec le producteur du contenu affiché sur l'interface.

Les prestataires techniques engagés dans la réalisation de campagnes de publicité digitale qui s'appuient sur les méthodes d'achat mentionnées à l'article 3 du décret n° 02017-159 du 9 février 2017 mettent en œuvre toutes les mesures permettant aux acheteurs et mandataires de s'acquitter des obligations mentionnées aux trois alinéas précédents.

Pour l'application du présent I, l'autorité administrative fournit aux acheteurs, mandataires et prestataires techniques la liste des sites mentionnés à l'article 6-4 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 précitée.

II. – Est puni d'un an d'emprisonnement et de 250 000 euros d'amende le fait, pour une personne physique ou le dirigeant de droit ou de fait d'une personne morale exerçant l'une des activités mentionnées au I de ne pas satisfaire aux obligations du présent article.

III. – Les dispositions du présent article s’appliquent quel que soit le lieu d’établissement de l’annonceur ou de son mandataire, dès lors que le message publicitaire est reçu sur le territoire français.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à empêcher la prolifération de contenus haineux sur internet en privant leurs auteurs des incitations financières que constitue la monétisation de leur audience par la publicité en ligne.

Pour ce faire, il vise à responsabiliser les annonceurs ou leurs mandataires dans la conduite de leurs campagnes publicitaires en leur imposant une obligation de supprimer tout message publicitaire qui serait diffusé sur un site internet ou accolé au compte d’un réseau social affichant des contenus haineux. Pour le cas des réseaux sociaux, cette obligation s’applique lorsque le propriétaire du compte est rémunéré par la plateforme via un partage des revenus publicitaires.

Si l’écosystème de la publicité en ligne s’est largement sophistiqué ces dernières années, avec l’apparition de nombreux intermédiaires techniques et le développement de mécanismes d’enchères automatisées et en temps réel, les outils technologiques dont disposent tant les annonceurs que les éditeurs ou les prestataires de services d’optimisation permettent aujourd’hui à chaque acteur de la chaîne de valeur de connaître précisément le contexte de diffusion des messages publicitaires et le profil des internautes, afin de réorienter les diffusions en fonction de différentes considérations (maximisation d’audience, brand safety etc.).

Dès lors, il n’existe pas d’obstacle technique susceptible d’empêcher les annonceurs ou leurs mandataires de respecter les obligations de surveillance et de contrôle sur la localisation des annonces que prévoit le présent amendement, y compris lorsque le critère est celui de la présence ou non de contenus haineux sur un site internet ou la page d’un réseau social.

Pour faciliter le respect de ces obligations, il est par ailleurs prévu que les intermédiaires techniques engagés dans une campagne de publicité programmatique prennent toutes les mesures nécessaires, y compris la mise à disposition d’outils technologiques, pour que les annonceurs ou mandataires soient informés en temps réel et alertés de la présence de leurs annonces sur un espace publicitaire qui serait associé à un éditeur produisant des contenus haineux.

Pour garantir l’effectivité de ces obligations, le présent amendement retient enfin un champ d’application identique à celui de la proposition de loi et le même niveau de sanctions que son article 5.