

ASSEMBLÉE NATIONALE

7 juin 2021

VISANT À RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DU NUMÉRIQUE EN
FRANCE - (N° 4196)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 169

présenté par
M. Raphan

ARTICLE 17

Rétablir cet article dans la rédaction suivante :

« Après le deuxième alinéa du III de l'article L. 225-102-1 du code de commerce, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Pour les entreprises exerçant une activité de fournisseur de services de communication au public en ligne, la déclaration comprend par ailleurs des informations relatives aux stratégies et techniques déployées dans la conception des services de communication au public en ligne afin de capter l'attention des utilisateurs et d'accroître le temps passé par eux sur ces services. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'objet de cet amendement est de rétablir l'article 17 puisque la régulation environnementale des communications électroniques passent également par une promotion de l'écologie de l'attention. En effet, c'est bien une problématique d'épuisement des ressources du vivant dont il s'agit et qu'il conviendrait de mieux réguler.

Les outils et services numériques captent et orientent notre attention plus précisément, plus rapidement et plus profondément que les interactions humaines classiques ne sauraient le faire. En effet, fondés sur des connaissances scientifiques et cliniques ils embarquent des techniques performantes tout au long de leur utilisation, au travers d'applications multidimensionnelles, de fil d'actualité, de divertissements, d'un simple bip, d'accroches, etc. Nous sommes ici dans l'exploitation industrielle des biais cognitifs de tout à chacun.

Comme le précise Yves Citton, co-directeur de la revue Multitudes, « L'industrialisation, qui a concentré l'attention des travailleurs sur une chaîne de montage, a aussi dû capter l'attention des

consommateurs pour écouler sa surabondance de marchandises, et inventer de nouveaux médias (cinéma, radio, TV, internet) pour pénétrer plus intimement nos consciences. »

Aussi, l'enjeu pour les services de communication au public en ligne est d'emprunter la transition d'une économie de l'attention vers une écologie de l'attention, plus respectueuse et protectrice des ressources attentionnelles du vivant.