



**Prise de position sur  
la Loi fédérale sur les plateformes de communication et les  
moteurs de recherche (LPCom)**

Groupelement Romand d'Études des Addictions (GREA)  
Rue St-Pierre 3  
1003 Lausanne

Lausanne, le 11 février 2026.

## Remarques générales

### A propos du GREA

Le GREA (Groupement Romand d'Études des Addictions) est une association professionnelle réunissant plus de 150 institutions actives dans le domaine de la prévention et de la réduction des risques liés aux addictions en Suisse romande. Fort de son expertise en matière de santé publique et de protection des populations vulnérables, le GREA souhaite contribuer à la consultation sur la Loi fédérale sur les plateformes de communication et les moteurs de recherche (LPSCom).

La présente prise de position s'appuie sur le document modèle élaboré par AlgorithmWatch CH, CH++, la Société Digitale Suisse, Opendata.ch et la Fondation pour la protection des consommateurs. Elle adapte ces recommandations au prisme des enjeux de prévention des addictions et de protection de la santé publique, domaines d'expertise du GREA.

## Remarques générales

### 1. Le cadre est bienvenu mais incomplet

Le GREA salue expressément la Loi fédérale proposée. Cette loi crée enfin un cadre pour les activités des plateformes de communication et des moteurs de recherche et leurs impacts sur la santé publique et la société. Le projet prévoit des mesures importantes pour renforcer les droits des utilisateurs et créer de la transparence sur le fonctionnement des algorithmes. En tant qu'organisation de prévention, le GREA constate que l'influence des plateformes sur le bien-être des individus et les comportements à risque continue de croître. Les mécanismes de maximisation de captation de l'attention, combinés à la publicité ciblée pour des produits nocifs (alcool, tabac, jeux d'argent), représentent des défis majeurs de santé publique.

### 2. Lacune majeure : absence d'obligation d'atténuation des risques.

Le GREA regrette vivement que le projet ne prévoie pas d'obligation pour les plateformes d'atténuer les risques identifiés. Les plateformes devraient certes identifier les risques pour la santé publique, mais ne seraient pas tenues d'agir pour les réduire. Cette lacune rend la réglementation inefficace.

- Le GREA demande l'ajout d'une obligation explicite d'atténuation des risques à l'art. 20.

### 3. Protection nécessaire des populations vulnérables contre les mécanismes manipulateurs et la publicité.

Les modèles économiques des plateformes reposent sur la maximisation de la captation de l'attention, le profilage personnalisé et l'amplification algorithmique. Pour les spécialistes des addictions, du point de vue de la prévention et de la réduction des risques, ces mécanismes exploitent des vulnérabilités psychologiques et peuvent favoriser des comportements compulsifs.

- Le GREA demande des mesures efficaces pour :

- Inclure explicitement les impacts négatifs sur les mineurs et sur le bien-être physique et mental dans la liste des risques systémiques, avec obligation de minimiser ces risques (art. 20),
- Limiter strictement la publicité ciblée pour les produits nocifs pour la santé, avec interdiction de la publicité personnalisée pour les mineurs et exclusion des données sensibles (art. 15),
- Obliger les plateformes à offrir des systèmes de recommandation qui ne reposent pas sur la maximisation de la captation de l'attention (art. 18).

#### 4. Extension du périmètre légal à toutes les plateformes influentes.

Le projet se limite aux grandes plateformes ( $\geq 10\%$  de la population suisse). Or :

- Les petites plateformes de trading, cryptomonnaies et « drop-shipping » ciblent spécifiquement les jeunes avec des promesses d'argent facile
- Les applications de shopping (Temu, Shein, Aliexpress, etc.) intégrant des mécanismes de gamification addictifs échappent totalement à la régulation
- Les systèmes d'IA générative ne sont pas clairement couverts alors qu'ils peuvent renforcer des comportements à risque ou diffuser des informations erronées sur la santé

#### 5. Promotion des compétences médiatiques pour tous

##### a) Un changement de paradigme nécessaire.

La promotion des compétences médiatiques et numériques doit être renforcée pour tous les groupes d'âge, à travers différents canaux et formats adaptés aux groupes cibles. Actuellement, les efforts se concentrent principalement sur les jeunes,

##### b) Dépasser le dogme du « temps d'écran »

Il s'agit de dépasser l'approche réductrice centrée uniquement sur le temps d'utilisation pour développer une compréhension globale de l'usage responsable du numérique. Cette approche doit inclure :

- La transmission de compétences pour comprendre le fonctionnement des plateformes et leurs impacts sur le comportement (comprendre le modèle économique, les déterminants commerciaux)
- Le développement de l'esprit critique face aux contenus en ligne et aux mécanismes de manipulation
- La promotion d'usages numériques sains et équilibrés
- La sensibilisation aux risques de l'exposition à la publicité pour des produits nocifs pour la santé
- Comprendre le modèle économique et les déterminants commerciaux des plateformes

##### c) Accompagner les parents sans les culpabiliser

Les parents doivent être accompagnés dans leur rôle éducatif face au numérique, et non simplement responsabilisés. Cela implique de leur fournir des ressources, des outils et un soutien concret.

#### **d) Renforcer le cadre institutionnel**

Actuellement, la prévention est sous-représentée en Suisse. Il faut :

- Un cadre légal plus solide pour les écoles
- Un ancrage systématique dans les concepts scolaires
- Une formation des directions d'école (actuellement lacunaire)
- Des ressources appropriées fournies par les pouvoirs publics

#### **6. Instauration indispensable de mesures d'accompagnement.**

Une loi fédérale sur les plateformes de communication et les moteurs de recherche ne pourra pas, même sous une forme complétée, aborder tous les défis liés aux plateformes et à leurs impacts sur l'homme et la société. Outre la base importante que cette loi offre, il faut d'autres étapes et mesures pour faire face à la concentration de pouvoir des grandes entreprises technologiques et permettre un débat public constructif en ligne, bénéfique pour la société et la démocratie. L'usage problématique des plateformes de communication ne peut pas être réduit à un manque de volonté ou à une faiblesse individuelle. Il s'inscrit dans un environnement numérique conçu pour capter l'attention et la retenir le plus longtemps possible. Des réponses efficaces doivent avoir un impact sur le niveau social par plusieurs biais que nous détaillons ci-dessous.

- **Restriction des designs manipulateurs (*dark patterns*, *addiction by design*)**

Les *Dark Patterns* et les designs visant à maximiser le temps d'utilisation favorisent des usages problématiques en exploitant les mécanismes de récompense et de validation sociale. Les chronologies infinies, notifications intrusives, autoplay et systèmes de récompense variable créent des schémas de renforcement intermittent qui rendent le désengagement difficile et encouragent une utilisation excessive. Ces pratiques, présentes sur les réseaux sociaux, les applications et le commerce en ligne, constituent un risque réel pour la prévention des addictions numériques et comportementales. Il est donc crucial que la Suisse puisse promulguer :

- Un encadrement légal des interfaces manipulatrices (*Dark Patterns*)
- Une interdiction des techniques de maximisation du temps d'utilisation (*infinite scroll*, autoplay, notifications *push* exploitant les vulnérabilités psychologiques)
- Une protection particulière des mineurs et personnes vulnérables

- **Recherche interdisciplinaire à financer et promouvoir**

La recherche indépendante et interdisciplinaire sur le fonctionnement des algorithmes des plateformes ainsi que, en particulier, sur leurs impacts sur l'homme et la société doit être encouragée et financée. La base de preuves ainsi obtenue soutiendrait la société dans sa gestion des plateformes et les autorités de surveillance dans la mise en œuvre de la loi. **Les résultats de cette recherche doivent être rendus accessibles au public.**

**Domaines prioritaires pour la santé publique :**

- Impacts psychologiques et comportementaux des mécanismes de maximisation de la captation de l'attention
- Efficacité de la publicité ciblée pour les produits à risque et effets sur les comportements
- Impacts sur le développement des enfants et adolescents
- Effets sur les populations en situation de vulnérabilité
- Études longitudinales sur les effets à long terme (effets biologiques, psychiques et sociaux actuellement peu étudiés)

⇒ Le GREA soutient la création d'un « Digital Media Observatory » suisse, centre de compétences interdisciplinaire réunissant experts des sciences sociales, de l'ingénierie, de la société civile et de la santé publique.

⇒ Il soutient également la création d'un conseil consultatif interdisciplinaire afin d'accompagner l'autorité de surveillance.

- **Soutien aux professionnels de la prévention, de la RDR et de la santé**

Le développement d'offres d'accompagnement adaptées est essentiel :

- Formation continue en addictions comportementales et aux thématiques de l'hyperconnectivité
- Développement des offres de prise en charge
- Comblent les lacunes (pénurie de soins (pédo)psychiatriques, d'accompagnement social, de psychologues spécialisés et des spécialistes de la prévention et de la réduction des risques)

- **Clarifier les interfaces avec la réglementation de l'IA**

Actuellement, plusieurs travaux sur la réglementation des algorithmes et de l'IA sont en cours. Il est important de garantir la cohérence entre ces réglementations - en particulier compte tenu du fait que souvent les mêmes fournisseurs se trouvent derrière les plateformes et les systèmes d'IA. Par conséquent, la réglementation des plateformes devrait être considérée comme une pièce du puzzle des réglementations autour de l'IA.

En outre, des mesures devraient être prises parallèlement à ce projet pour responsabiliser les fournisseurs d'applications d'IA générative qui ne tombent pas sous la loi. Il est décisif que les interfaces entre les futures réglementations de l'IA, que le Conseil fédéral fait actuellement élaborer, et la réglementation des plateformes soient prises en compte.

## **7.Approche transversale du GREA**

L'approche de la régulation des plateformes doit être globale et systémique. La régulation des plateformes (LPCoM) est nécessaire mais insuffisante.

Il faut simultanément :

- Responsabiliser l'industrie (obligation de résultats)
- Protéger les utilisateurs (droits renforcés)
- Prévenir et réduire les risques (éducation, compétences)
- Accompagner et élaborer des offres de soins et d'accompagnement social (offres adaptées)
- Comprendre et expliquer (recherche et éducation critique aux médias)

## 8. Autres mesures

Nous proposons également :

- **Extension de l'art. 261bis CP**

Les personnes doivent pouvoir se défendre efficacement et sans obstacle contre les contenus illégaux qui discriminent les personnes, qui incitent à la haine, au harcèlement et à la violence contre un groupe particulier ou qui montrent des représentations de violence sexualisée et d'autres types de violence. Pour cela, le Code pénal devrait notamment être étendu à l'art. 261bis CP pour inclure la protection contre la discrimination fondée sur l'identité de genre, car par exemple les femmes sont très souvent victimes de discours de haine.

- **Promouvoir le journalisme et les médias**

Pour les sociétés démocratiques, une base factuelle commune et une formation d'opinion éclairée sont essentielles. Pour garantir que la population ait accès à des informations de haute qualité, diversifiées et fiables, les médias jouent un rôle central. Un paysage médiatique diversifié et fort et un journalisme de haute qualité doivent donc être assurés en Suisse par des mesures de promotion complètes et adaptées à notre époque.

- **Développer des alternatives favorables à la démocratie**

Des systèmes de recommandation algorithmiques, des conceptions de plateformes ou également des plateformes alternatives favorables à la démocratie devraient être développés et promus, c'est-à-dire qui garantissent l'accès à des informations fiables et à des contenus journalistiques diversifiés et qui permettent des espaces de débat constructifs. Des biens et infrastructures numériques d'intérêt public devraient également être fournis. L'accès aux espaces de débat en ligne et aux informations fiables et diversifiées doit être garanti pour tous.

### Notre conclusion (cochez une seule case svp.)

X	Avis favorable
	Avis plutôt favorable
	Avis neutre
	Avis plutôt défavorable
	Avis défavorable

Avant-projet de loi sur la LPcom				
art.	al.	let.	Commentaires / remarques	Propositions de modifications (texte proposé)
1			L'art. 1 présente une lacune majeure du point de vue de la santé publique : il ne mentionne nullement l'obligation pour les fournisseurs d'assumer leurs responsabilités face aux impacts négatifs de leurs services. Face à cette réalité, la simple transparence est insuffisante. L'objectif de la loi ne peut se limiter à éclairer les problèmes. Il doit également établir clairement que les plateformes ont l'obligation d'agir pour prévenir et réduire les dommages sanitaires et sociaux causés par leurs algorithmes et leurs modèles économiques.	<b>Proposition (nouvelle teneur)</b>  « La présente loi vise à renforcer les droits des utilisateurs des plateformes de communication et des moteurs de recherche et à améliorer la transparence en ce qui concerne leur fonctionnement et leurs risques et <b>à atténuer les impacts négatifs, ainsi qu'à assurer la responsabilité des fournisseurs</b> »
2			<p>Le projet de loi se limite à réglementer les grandes plateformes de médias sociaux et les moteurs de recherche. Les petites plateformes de communication et moteurs de recherche restent non réglementés et les systèmes d'IA générative, avec lesquels on peut créer des textes, des images, des fichiers audio ou vidéo, ne peuvent, si tant est qu'ils le soient, être saisis que partiellement.</p> <p><b>Lacunes identifiées :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les petites plateformes de trading, cryptomonnaies ciblent les jeunes avec des promesses d'argent facile</li> <li>• Les applications de shopping (Temu, Shein) avec gamification addictive échappent à la régulation</li> <li>• L'IA générative n'est pas clairement couverte</li> <li>• La zone grise gaming/gambling n'est pas traitée</li> </ul> <p>Il serait judicieux que les art. 4, 5, 6, 7, 13 et 14 s'appliquent également aux fournisseurs qui ont une influence particulière sur la formation de l'opinion en Suisse.</p>	<p><b>Proposition 1 (Petites plateformes influentes) :</b></p> <p>Compléter le critère quantitatif par des critères qualitatifs (impact sur mineurs, mécanismes addictogènes, publicité pour produits à risque). Soumettre les plateformes &gt;50 employés ou CA &gt;10 millions CHF à l'obligation de rapport de transparence (art. 19).</p> <p><b>Proposition 2 (IA générative) :</b></p> <p>Préciser que les outils IA intégrés aux plateformes ou fonctionnant comme moteurs de recherche tombent sous la loi. Éviter tout vide juridique.</p> <p><b>Proposition 3 (Zone grise gaming/gambling) :</b></p> <p>Intégrer explicitement les mécanismes de type "loot boxes" et micro-transactions dans l'évaluation des risques.</p>

3			<p>L'art. 3 AP-LPro définit certains termes qui apparaissent dans le projet. Cette approche est à saluer. Elle crée de la clarté et donc de la sécurité juridique. La définition des utilisateurs présente de nombreuses composantes positives : elle couvre tant les personnes physiques que morales et ne dépend pas d'une inscription ou d'un abonnement.</p> <p>L'utilisation en tant que telle n'est pas définie dans l'AP-LPro. Le rapport explicatif note à la p. 15 que pour l'utilisation, la consultation de contenus suffit. Il nous semble néanmoins judicieux de définir l'utilisation dans la loi. Avec ce complément, il devient clair qu'il ne s'agit pas de la « consultation », mais notamment de l'appel, du partage ou du téléchargement de contenus. Avec cette formulation, les appels automatisés sont également couverts, ce qui n'aurait peut-être pas été le cas autrement.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>Au sens de la présente loi, on entend par :</p> <p>a. Utilisateur : Une personne physique ou morale qui utilise une plateforme de communication ou un moteur de recherche, <b>ce qui est notamment le cas lors de l'appel, du partage ou du téléchargement de contenus</b>, qu'elle soit ou non inscrite ou abonnée au service concerné ;</p> <p>b. Système de recommandation : Un système entièrement ou partiellement automatisé servant à suggérer des contenus à des utilisateurs, ou à hiérarchiser ces contenus</p>
4	1		<p>Le GREA salue l'obligation de procédure de notification mais rejette fermement la liste limitative d'infractions. Cette approche présente quatre défauts majeurs :</p> <p><b>Lacunes graves :</b></p> <p>1. <b>Le harcèlement</b> (art. 181b CP) qui peut conduire à des conduites addictives et/ou provoquer des dégâts à la santé mentale doit absolument être inclus dans la liste.</p> <p>La liste exclut des infractions courantes et préoccupantes pour la santé publique et la société – harcèlement, fraude, vol d'identité, extorsion, pornographie interdite, violations du droit d'auteur.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>Les fournisseurs de plateformes de communication mettent en place une procédure permettant aux utilisateurs de notifier des contenus auxquels ils ont accès depuis la Suisse et qui, à leur avis, sont illicites.</p> <p><del>La procédure permet de notifier au moins les contenus, qui, du point de vue des utilisateurs, remplissent un ou plusieurs des éléments constitutifs des infractions suivantes :</del></p> <p><del>a. la représentation de la violence (art. 135 du code pénal [CP]) ;</del></p> <p><del>b. la diffamation (art. 173 CP) ;</del></p>



		<p><b>2. Inadaptation technologique :</b> Les nouvelles technologies créent de nouvelles formes d'infractions (deepfakes sexuels, déshabillage IA). Une liste figée ne peut suivre ces évolutions.</p> <p><b>3. Incohérence juridique :</b> Ce qui est illicite hors ligne l'est aussi en ligne. La loi doit refléter ce principe fondamental.</p> <p><b>Du point de vue santé publique,</b> sont exclus tous les contenus à risque vital :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incitation au suicide (art. 115 CP)</li> <li>• Mise en danger de la vie d'autrui (art. 129 CP) - challenges dangereux, pro-anorexie</li> <li>• Vente substances illicites (LStup) - en forte hausse</li> <li>• Médicaments sans ordonnance (LPTh) - détournement à des fins addictives</li> <li>• Promotion jeux argent mineurs (LJAr) – le jeu pathologique a doublé entre 2017-2022, selon l'enquête suisse sur la santé</li> </ul>	<p><del>c. la calomnie (art. 174 CP);</del></p> <p><del>d. l'injure (art. 177 CP);</del></p> <p><del>e. la menace (art. 180 CP);</del></p> <p><del>f. la contrainte (art. 181 CP);</del></p> <p><del>g. le harcèlement sexuel (art. 198 CP);</del></p> <p><del>h. la provocation publique au crime ou à la violence (art. 259 CP);</del></p> <p><del>i. la discrimination et l'incitation à la haine (art. 261bis CP).</del></p>
5	1 à 2	<p>L'art. 5 AP-LPCom ne prévoit pas de délais clairement définis en relation avec le traitement des notifications. L'utilisation des expressions « rapidement » et « en temps opportun » implique un délai plus long pour le traitement et la décision sur les notifications selon l'al. 1 que pour la communication de la décision prise selon l'al. 2.</p> <p>L'utilisation de ces deux notions juridiques indéfinies conduit à des incertitudes juridiques pour les fournisseurs et les utilisateurs. Des délais légaux apportent de la clarté pour les deux parties et ne nécessitent pas d'interprétation supplémentaire au niveau de l'ordonnance ou dans la jurisprudence.</p> <p>Étant donné que l'énumération des infractions pénales doit être abandonnée selon l'argumentation ci-dessus, une adaptation de</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>1 Les fournisseurs de plateformes de communication traitent toutes les notifications reçues via la procédure de notification selon l'art. 4 et décident <b>dans un délai de 96 heures</b> <del>rapidement</del> s'ils prennent des mesures.</p> <p>2 Les fournisseurs communiquent leur décision aux utilisateurs soumettant une notification <b>dans un délai de 24 heures</b> <del>en temps opportun</del>, pour autant que leur notification contienne des données de contact électroniques.</p>

Prise de position du GREA sur la LPCom

			l'al. 1 est en outre nécessaire. En conséquence, nous proposons que l'art. 5 soit modifié comme suit.	
6	1 à 2	c	<p>Le GREA salue le fait que l'art. 6 crée de la transparence sur les mesures de restriction. L'al. 1 prévoit que les utilisateurs concernés soient informés des mesures de restriction. De plus, les plateformes devraient également être obligées de justifier ces décisions.</p> <p>Les utilisateurs devraient être informés tant d'une exclusion complète que d'une exclusion partielle (ex : limitation de la portée).</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>1 Lorsque les fournisseurs de plateformes de communication prennent des mesures de restriction, ils informent les utilisateurs concernés <b>et justifient cette décision en détail.</b></p> <p>2 c ... l'exclusion <b>complète ou partielle</b> des services du fournisseur ;</p>
7	3		Il est réjouissant que l'art. 7 al. 1 prévoie qu'une personne qualifiée doive contrôler le processus. « En temps opportun » devrait être remplacé par une indication de temps précise.	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>Les fournisseurs traitent toutes les réclamations <b>dans un délai de 10 jours</b> <del>en temps opportun</del> et communiquent leur décision aux utilisateurs.</p>
8			Nous saluons les procédures de résolution extrajudiciaire des litiges ; ils constituent un instrument important pour renforcer les droits des utilisateurs. Nous nous félicitons également du fait que les procédures soient complémentaires (et non exclusives) aux procédures de plaintes internes et aux procédures judiciaires ordinaires.	
9	1		Nous proposons de raccourcir ces deux délais à 60 jours (au lieu de 90 jours). Cette mesure est plus favorable aux utilisateurs, car elle leur permet, une fois informés de la décision rendue dans le cadre du règlement extrajudiciaire du litige, de réfléchir à l'opportunité de porter les infractions poursuivies sur plainte (telles que la diffamation) devant un tribunal ordinaire. Le délai de prescription	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>La procédure de règlement extrajudiciaire des litiges doit être clôturée dans un délai de <b>60 à 90 jours civils</b> à compter de la réception de la plainte. Dans les cas complexes ou volumineux, l'organe de règlement</p>

			pour les infractions poursuivies sur plainte est de trois mois (à compter de la prise de connaissance). Ainsi, seul un délai raccourci à 60 jours garantirait que les personnes concernées n'aient pas à décider d'engager ou non une procédure pénale sans connaître le résultat de la procédure extrajudiciaire.	extrajudiciaire des litiges peut prolonger ce délai <b>de 60</b> à <del>90</del> jours civils au maximum, à sa discrétion.
10	1		<p>Les coûts liés à l'organe extrajudiciaire de règlement des litiges doivent être principalement pris en charge par le fournisseur de la plateforme de communication. Nous approuvons cette répartition des coûts : les utilisateurs ne doivent prendre en charge les frais de procédure que dans des cas exceptionnels. Selon le rapport explicatif (p. 21), cela correspond également aux considérations législatives.</p> <p>Au lieu du terme « malveillant », nous proposons « abusif ». Cela permettrait de préciser que l'imputation des frais est fondée sur l'abus de droit (conformément à l'art. 2 al. 2 CC). Nous demandons en outre que la dernière partie de la phrase soit complétée afin que la totalité des frais de procédure ne soit pas imposée aux utilisateurs dès la première infraction.</p> <p>Nous demandons en outre que le montant maximal autorisé des frais de protection soit plafonné au niveau de l'ordonnance. Afin que l'organe de règlement des litiges offre une alternative avantageuse à la voie judiciaire, les frais de protection doivent être plafonnés à 100 francs, afin de ne pas dissuader les personnes concernées.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>L'organe extrajudiciaire de règlement des litiges peut exiger une taxe de protection de l'utilisateur. Si l'utilisateur agit de manière <b>abusive</b> ou <del>malveillante</del>, l'organe peut lui imposer <b>une partie des frais de procédure</b> ou, en cas de récidive, la totalité de ces frais.</p>
13	3		Les conditions d'utilisation doivent être compréhensibles pour tous les utilisateurs, y compris les mineurs. Elles doivent donc être adaptées au public cible. Les conditions générales doivent également être disponibles en anglais.	<p><b>Proposition alinéa 3 (nouvelle teneur)</b></p> <p>Al.3 Les conditions générales doivent être rédigées dans un langage facilement compréhensible, <b>adapté au public cible</b>, en allemand, français, <b>italien et anglais</b>.</p>

14	3	b	Nous saluons l'obligation de diligence, de non-arbitraire et de non-discrimination prévue à l'art. 14, ainsi que les mesures de transparence sur les décisions de modération des plateformes. Nous demandons toutefois une précision à la lettre b afin de renforcer la transparence.	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>(...) l'indication si des moyens automatisés ont été utilisés et, si oui, lesquels <b>et dans quel but</b></p>
15	1		<p>Nous saluons le fait que tant la publicité commerciale que politique doive être signalée.</p> <p>Pour la liberté d'information, il devrait en outre être garanti que les utilisateurs obtiennent de la transparence sur les mandants d'une publicité ainsi que sur sa source de financement, notamment pour la politique. Ceci est particulièrement important dans le domaine de la publicité politique et s'aligne sur la réglementation du DSA. Il est également important que les fournisseurs doivent garantir l'exactitude des informations.</p> <p><b>Du point de vue de la santé publique et de la prévention des addictions, nous proposons d'aller plus loin en interdisant la publicité pour certains produits particulièrement à risque.</b> La publicité en ligne pour l'alcool, le tabac et les jeux d'argent devrait être prohibée sur les plateformes de communication et les moteurs de recherche. Ces produits présentent des risques avérés pour la santé et peuvent générer des dépendances. Les capacités de ciblage des plateformes numériques rendent cette publicité particulièrement intrusive et efficace, touchant notamment les populations vulnérables et les jeunes. Une interdiction de la publicité en ligne pour ces catégories de produits s'inscrirait dans la continuité des restrictions existantes sur d'autres canaux de communication et renforcerait la cohérence de la politique de santé publique suisse.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b> <b>sur la transparence des annonceurs</b></p> <p>Les fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche signalent clairement comme « publicité » les messages publicitaires qu'ils diffusent contre rémunération ou contre une contrepartie similaire. <b>Ils doivent également indiquer qui a commandé et financé la publicité.</b></p> <p><b>La publicité pour l'alcool, le tabac et les jeux d'argent est interdite sur les plateformes de communication et les moteurs de recherche.</b></p>
15	2		Nous proposons donc deux options pour renforcer ces mesures.	<b>Option A – Proposition privilégiée :</b>

		<p><b>Du point de vue de la santé publique, la publicité ciblée pour les produits nocifs constitue un enjeu majeur.</b> Même avec l'interdiction que nous proposons ci-dessus, le profilage est un modèle commercial extrêmement invasif qui permet de cibler précisément les personnes vulnérables. Cette pratique est particulièrement préoccupante pour les jeunes.</p> <p>Les mesures proposées dans l'art. 15 ne vont pas assez loin.</p> <p>Le GREA propose deux options :</p> <p><b>Option A : Interdiction de la publicité basée sur le profilage</b></p> <p>Le profilage fait de l'utilisateur le produit, au lieu d'être un acteur autodéterminé dans l'espace informationnel. Avec une interdiction de la publicité personnalisée par profilage, nous modifions le modèle commercial vers des plateformes qui vendent leur service sans de telles pratiques.</p> <p>De plus, nous résolvons ainsi des problèmes créés par la publicité qui exploite la vulnérabilité de certains groupes (en particulier les mineurs) ou qui repose sur la personnalisation basée sur des caractéristiques sensibles (données de santé, orientation sexuelle ou religieuse, etc.).</p> <p>Le jugement récent de la Cour suprême d'Autriche dans l'affaire Max Schrems vs. Meta/Facebook (décembre 2025) a souligné le caractère problématique de la publicité personnalisée basée sur des données sensibles.</p> <p>Une interdiction de la publicité basée sur le profilage ne signifie pas que les plateformes doivent être sans publicité. Comme dans le monde analogique et sur divers sites web, il est possible de diffuser</p>	<p><del> Ils veillent à ce que les utilisateurs puissent avoir directement et facilement accès, à partir de la publicité, aux principaux paramètres utilisés pour déterminer quelle publicité leur est présentée.</del></p> <p><b>2</b></p> <p>La publicité basée sur les données personnelles des utilisateurs (profilage) est interdite.</p> <p><b>Option B – proposition de compromis</b></p> <p><b>2</b></p> <p>Les utilisateurs doivent expressément donner leur consentement avant de recevoir une publicité basée sur un profilage de leurs données personnelles. Ils doivent pouvoir retirer ce consentement à tout moment.</p>
--	--	---	---

			<p>de la publicité générale ou contextuelle, adaptée aux contextes mais pas aux utilisateurs individuels.</p> <p><b>Option B : Opt-in pour le profilage ; Interdiction de la publicité personnalisée basée sur des données sensibles et pour les mineurs</b></p> <p><b>Position du GREA :</b> Le GREA soutient l'Option A qui est plus efficace. Elle propose l'option B comme un compromis éventuel.</p> <p>Les utilisateurs devraient avoir la possibilité de ne pas se voir afficher de publicité basée sur le profilage (opt-in).</p>	
15	3 -4		<p>Les données personnelles sensibles (art. 5 LPD) comme les données de santé, les convictions religieuses, l'orientation sexuelle, les données sur la sphère intime ou l'origine ethnique devraient être exclues du profilage à des fins publicitaires, comme c'est déjà le cas dans le DSA.</p> <p>Le projet ne contient aucune disposition spécifique concernant la publicité personnalisée pour les mineurs. Comme il s'agit d'un groupe particulièrement vulnérable, une interdiction de la publicité personnalisée basée sur la minorité constituerait une protection importante, comme le prévoit également le DSA à l'art. 28 (al. 2 et 3). Ces dispositions stipulent qu'il ne devrait pas y avoir de publicité basée sur le profilage pour les mineurs, lorsqu'il existe une certitude suffisante qu'il s'agit d'une personne mineure - sans qu'un système de vérification systématique de l'âge soit introduit, car un tel système entraînerait des pratiques de surveillance disproportionnées pour tous les utilisateurs.</p> <p>Il est également important que l'accès complet à <b>tous</b> les paramètres selon lesquels la publicité a été présentée soit</p>	<p><b>3 (nouveau) :</b> La publicité basée sur des données personnelles particulièrement sensibles des utilisateurs (profilage) ainsi que la publicité basée sur des données à caractère personnel, lorsque les fournisseurs ont la certitude suffisante que l'utilisateur concerné est mineur, est interdite.</p> <p><b>4 (nouveau) :</b> Ils veillent à ce que les utilisateurs puissent avoir directement et facilement accès, à partir de la publicité, à <b>tous les</b> paramètres utilisés pour déterminer quelle publicité leur est présentée.</p>

			possible, afin d'obtenir de la transparence sur le profilage et la catégorisation en groupes cibles.	
16	3-6		<p>Nous saluons la création d'une archive publicitaire publiquement accessible.</p> <p>Cependant, si la publicité n'est archivée qu'un an, il n'est pas possible d'analyser le discours public (évolution des produits et marchés, formation de l'opinion, campagnes, mouvements sociaux). Seul un délai de plusieurs années rend la recherche et les analyses praticables. Le délai de 10 ans s'aligne sur le délai de prescription habituel pour les infractions pénales (par exemple art. 261bis CP avec prescription de 10 ans selon l'art. 97 al. 1 let. c CP), pour lesquelles l'archive publicitaire peut être pertinente.</p> <p>Les paramètres selon lesquels la publicité est diffusée et qui sont transparents pour les utilisateurs (selon art. 15) doivent également être représentés dans l'archive publicitaire.</p> <p>Pour remplir son objectif de transparence et de contrôle sur l'influence sur la formation de l'opinion publique, l'archive doit être accessible sans obstacles. Cela nécessite un accès via API. Une connexion sur une plateforme ou un moteur de recherche ne doit pas non plus être une condition préalable.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p><b>3</b> : La publicité doit pouvoir être consultée dans l'archive publicitaire pendant toute la durée de son affichage sur la plateforme de communication ou le moteur de recherche et encore pendant <b>dix ans</b> <del>un an</del> après son dernier affichage.</p> <p><b>5</b> : Le Conseil fédéral détermine quelles informations doivent être incluses dans l'archive publicitaire. <b>Au minimum, les paramètres qui sont également transparents pour les utilisateurs doivent être représentés</b> (selon art. 15).</p> <p><b>6 (nouveau)</b> : L'archive publicitaire est accessible via une interface électronique (API) et sans obligation d'inscription (login).</p>
17	1-2		Un marquage n'est un progrès en termes de transparence pour les utilisateurs que si le marquage publicitaire est obligatoire. Si un marquage n'est pas obligatoire, les utilisateurs ne peuvent toujours pas supposer que les contenus non marqués ne sont pas de la publicité d'influenceurs.	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p>1 Les fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche <b>doivent offrir aux utilisateurs la possibilité d'indiquer</b> qu'ils fournissent le contenu à des fins commerciales <b>et que, par la fourniture du contenu, ils souhaitent promouvoir</b> la vente de biens ou de services ou l'image d'une entreprise.</p>

				<p><b>2 (nouveau)</b> Les fournisseurs doivent s'assurer que les contenus selon l'al. 1 sont marqués et que le caractère commercial du contenu est clairement reconnaissable pour les autres utilisateurs.</p>
17	bis		<p><b>Proposition pour un nouvel article (entre l'art. 17 et 18) :</b></p> <p><b>Transparence sur les comptes publiant automatiquement du contenu (Bots)</b></p> <p>Les utilisateurs ont le droit de savoir s'ils interagissent avec un compte exploité ou maintenu par des humains ou s'il s'agit d'un compte qui publie ou partage automatiquement du contenu (sans impulsion ni conception humaines). La transparence à ce sujet est essentielle pour préserver la liberté d'information des utilisateurs.</p> <p>Les bots peuvent avoir un effet positif sur l'écosystème informationnel, par exemple en diffusant automatiquement des informations sur le trafic sur les plateformes. Mais ils peuvent aussi être un facteur dans la diffusion massive de contenus, y compris de contenus problématiques. Pour mieux évaluer de telles dynamiques et formations d'opinion, il est important que les comptes bots soient transparents.</p> <p>Les plateformes devraient premièrement offrir l'option qu'une autodéclaration puisse avoir lieu lors de la création d'un compte. Mais deuxièmement, elles devraient également être obligées d'utiliser leur propre connaissance de la publication automatisée pour marquer elles-mêmes les comptes.</p>	<p><b>Transparence sur les comptes publiant automatiquement du contenu (Bots)</b></p> <p><b>1 (nouveau)</b> Les fournisseurs de plateformes de communication identifient de manière bien visible pour les utilisateurs les comptes qui publient automatiquement du contenu.</p>
18	1-2		<p>Nous saluons qu'une plus grande transparence et des possibilités de choix concernant les systèmes de recommandation algorithmiques soient créées.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle teneur)</b></p> <p><b>(Transparence complète pour les plateformes) :</b></p> <p>1 Lorsque les fournisseurs de plateformes de</p>



		<p><b>Du point de vue de la prévention des addictions, les systèmes conçus pour maximiser l'interaction exploitent des mécanismes psychologiques pouvant favoriser des comportements compulsifs.</b> Ces mécanismes partagent des caractéristiques avec les processus addictifs : activation répétée du système de récompense, utilisation de mécanisme de psychologie cognitive, difficulté à se désengager, impact sur le bien-être.</p> <p>Ces designs sont particulièrement préoccupants car ils peuvent amplifier l'exposition à des contenus promotionnels pour des substances addictives (alcool, tabac) ou des comportements à risque (jeux d'argent), et favoriser l'usage excessif des écrans chez les jeunes, une préoccupation croissante en santé publique.</p> <p>Notre proposition contient deux changements concernant les systèmes de recommandation sur les plateformes :</p> <p><b>Premièrement</b>, tous les paramètres doivent être rendus transparents ; ce n'est qu'ainsi que l'argument toujours avancé du secret commercial devient obsolète et que la transparence nécessaire est créée.</p> <p><b>Deuxièmement</b>, il ne faut pas seulement une information sur les possibilités, mais l'obligation pour les plateformes de modifier et de personnaliser les paramètres des algorithmes dans les fils d'actualité. Ce n'est qu'ainsi que les utilisateurs peuvent exercer pleinement leur liberté d'information.</p> <p>L'obligation d'offrir des fils alternatifs est centrale. Ceux-ci devraient être activés par défaut, de sorte que les utilisateurs doivent activement consentir s'ils choisissent un système de recommandation basé sur le profilage (Opt-in).</p>	<p>communication ou de moteurs de recherche utilisent des systèmes de recommandation, ils doivent dans leurs conditions générales :</p> <p>a. les principaux <b>dans leurs conditions générales</b> communiquer <b>tous</b> les paramètres sur lesquels reposent leurs systèmes de recommandation ainsi que leur pondération ;</p> <p>b. <del>informer les utilisateurs sur les possibilités éventuelles</del> <b>offrir aux utilisateurs dans leurs paramètres la possibilité</b> de modifier ou d'influencer les principaux paramètres sur lesquels reposent leurs systèmes de recommandation.</p> <p><b>Proposition 2 (Options sans maximisation pour les plateformes) :</b></p> <p>2 Lorsque les fournisseurs de plateformes de communication utilisent des systèmes de recommandation, ils doivent en outre mettre à disposition pour <b>chacun</b> de leurs systèmes de recommandation au moins <b>une</b> option qui ne repose pas sur le profilage selon l'art. 5 let. f et g de la loi fédérale sur la protection des données du 25 septembre 2020 (LPD) ; <b>qui ne repose pas sur la maximisation de l'interaction et de l'attention ; qui vise la diversité de l'information et des opinions.</b></p> <p>Les fournisseurs doivent activer par défaut l'une de ces options, de sorte que toute dérogation à celle-ci doive être activement sélectionnée par les utilisateurs.</p>
--	--	---	--

			Nous proposons d'élargir encore les options ici et non seulement d'offrir des fils sans profilage, mais des offres <b>supplémentaires</b> - inscrites par le mot "chacun" - que les utilisateurs peuvent facilement sélectionner. De tels fils alternatifs doivent renforcer la formation d'opinion dans notre démocratie par la diversité de l'information et des opinions. Une autre option doit s'adresser au fait que les utilisateurs veulent avoir la possibilité que la maximisation de l'interaction et de l'attention ne soit pas au centre de leur écosystème informationnel.	
18	3-4		<p>La transparence pour les utilisateurs de moteurs de recherche doit également être augmentée. L'exigence ne doit cependant pas être aussi poussée que dans le cas des plateformes de communication, car la problématique concernant la formation d'opinion n'est pas aussi accentuée que dans les fils d'actualité sur les plateformes.</p> <p>Dans la mesure où par "système de recommandation" sur les moteurs de recherche, on entend le mécanisme de classement des résultats de recherche, une transparence complète des paramètres de tri comporterait le risque que tous les contenus soient complètement optimisés sur les paramètres (SEO) - ce qui affecterait négativement la qualité du classement, jusqu'à la dysfonctionnalité. Dans le cas de textes générés par IA comme résultats de recherche (par exemple aperçus IA sur Google Search), la transparence complète sur tous les paramètres est une tâche presque impossible.</p> <p>Nous proposons donc de réglementer les moteurs de recherche avec un alinéa supplémentaire, séparé et avec des obligations moins poussées.</p>	<p><b>Proposition (nouvelle)</b></p> <p><b>(Transparence pour les moteurs de recherche) :</b></p> <p><b>3 (nouveau)</b> Lorsque les fournisseurs de moteurs de recherche utilisent des systèmes de recommandation, ils doivent dans leurs conditions générales :</p> <p>a. présenter les principaux paramètres sur lesquels reposent leurs systèmes de recommandation ainsi que leur pondération ;</p> <p>b. informer les utilisateurs sur les possibilités éventuelles de modifier ou d'influencer les principaux paramètres sur lesquels reposent leurs systèmes de recommandation.</p> <p><b>4</b> Lorsque les fournisseurs de moteurs de recherche utilisent des systèmes de recommandation, ils doivent en outre mettre à disposition pour chacun de leurs systèmes au moins une option qui ne repose pas sur le profilage selon l'art. 5 let. f de la loi fédérale sur la protection des données du 25 septembre 2020 (LPD).</p>

19	3 6 à 7	c	<p>Le rapport de transparence prévu à l'art. 19 est une mesure très importante comme condition préalable pour demander des comptes aux plateformes.</p> <p>Il est important que les plateformes fournissent également des informations sur les résultats des procédures de réclamation (notamment le taux de succès).</p>	
20			<p><b>Réduction des risques</b></p> <p>Le GREA salue que les fournisseurs de plateformes de communication et de moteurs de recherche doivent être obligés d'effectuer des analyses sur les risques systémiques. C'est une mesure centrale du projet de loi.</p> <p><b>Nous regrettons cependant vivement</b> que parallèlement à cela, les plateformes de communication et les moteurs de recherche ne soient pas obligés de prendre également des mesures pour <b>minimiser</b> ces risques (il manque donc une obligation d'atténuation des risques comme celle prévue à l'art. 35 DSA) et de faire rapport sur les mesures prises. Sans de telles obligations, les plateformes devraient certes évaluer les risques, mais n'entreprendre rien contre ces risques. <b>La réglementation risque ainsi de rester sans effet.</b></p> <p><b>Du point de vue de la santé publique, cette lacune est la plus grave du projet.</b> Les plateformes devraient identifier les risques, mais ne seraient pas tenues d'agir pour les réduire.</p>	<p>Proposition (Obligation d'atténuation) :</p> <p><b>1 Les fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche doivent effectuer annuellement une évaluation des risques,</b> prendre des mesures pour minimiser les risques identifiés, <b>et présenter les résultats de l'évaluation</b> ainsi que les mesures d'atténuation des risques prises <b>dans un rapport. Celui-ci fournit des informations complètes sur les risques systémiques en Suisse générés ou renforcés par les plateformes de communication et les moteurs de recherche,</b> ainsi que sur les mesures que les fournisseurs entreprennent pour prévenir ces risques.</p>
20	suite		<p><b>Définition des risques systémiques</b></p> <p>La liste des risques systémiques à l'al. 2 let. b doit être élargie et complétée.</p>	<p><b>Proposition 2 (Risques pour les mineurs et le bien-être) :</b></p>

		<p><b>Premièrement</b>, ces risques peuvent concerner non seulement les droits fondamentaux des utilisateurs, mais aussi des personnes qui n'utilisent pas elles-mêmes les plateformes.</p> <p><b>Deuxièmement</b>, les plateformes devraient également être explicitement obligées d'analyser, d'atténuer et de faire rapport sur les risques systémiques relatifs à la violence sexiste, au bien-être physique et mental d'une personne et à la protection des mineurs.</p> <p><b>Du point de vue de la prévention des addictions</b>, il est crucial d'inclure explicitement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les impacts sur le bien-être physique et mental</li> <li>- La protection des mineurs</li> <li>- Les mécanismes qui exploitent les vulnérabilités psychologiques</li> <li>- L'exposition à la publicité pour des produits nocifs pour la santé</li> </ul>	<p>2 [...] b. les répercussions négatives sur l'exercice sur les droits fondamentaux des utilisateurs, <b>en particulier en matière de violence sexiste, de bien-être physique et mental d'une personne et de protection des mineurs;</b></p>
20	suite	<p><b>Troisièmement</b>, à l'al. 2, les risques systémiques découlant de l'influence sur le débat public et la formation d'opinion devraient être explicitement inclus. Les risques relatifs à la diffusion délibérée et massive d'informations trompeuses (désinformation) devraient également être pris en compte.</p>	<p><b>Proposition 3 (Influence sur le débat public) :</b></p> <p>2 [...] c. <del>les effets négatifs sur la formation de l'opinion publique</del> <b>l'influence sur le débat public</b> et la formation de l'opinion**, ** <del>de des</del> processus électoraux**, ** <del>et de votation</del> <b>des votations, ainsi que les effets négatifs</b> sur la sécurité et l'ordre publics <del>ainsi que</del> <b>et la santé publique.</b></p>
20	suite	<p><b>Forme, procédure et publication</b></p> <p>Dans l'ordonnance, il devrait être stipulé qu'un aperçu de la base de données pertinente doit être joint dans un format standardisé et lisible par machine. Ceci est essentiel pour la recherche et la surveillance sociétale.</p> <p>De plus, pour la surveillance sociétale, il est important que</p>	<p><b>Proposition 4 (Publication) :</b></p> <p>4 Les fournisseurs transmettent à l'OFCOM le rapport sur les résultats de l'évaluation des risques <b>et les mesures d'atténuation des risques</b> en même temps que le rapport d'évaluation visé à l'art. 25 et le publient. <b>L'OFCOM publie le rapport</b> <del>peut également publier le rapport.</del></p>

			L'OFCOM publie les rapports par défaut (cf. prise de position sur l'art. 37).	
21	1		Le service de signalement est un complément utile aux droits des utilisateurs. Nous proposons deux ajouts : les utilisateurs doivent également pouvoir le contacter en anglais, ce qui est important car de nombreuses personnes vivant en Suisse sont immigrées et ne maîtrisent aucune langue officielle. De plus, une réponse doit être fournie dans les 24 heures. Cela est important pour offrir un service de qualité dans le monde en ligne en constante évolution. De nombreuses demandes ne peuvent pas être reportées de plusieurs jours.	<p><b>Proposition - nouvelle teneur</b></p> <p>1 Les fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche doivent désigner un point de contact auquel les utilisateurs et l'OFCOM peuvent s'adresser rapidement par voie électronique dans une langue officielle <b>ou en anglais</b> et obtenir une réponse <b>dans les 24 heures</b>.</p>
22	2		L'ajout à l'art. 22, al. 2, garantit que les utilisateurs ne dépendent pas exclusivement de systèmes automatisés pour les questions importantes. Les procédures automatisées atteignent leurs limites notamment dans les cas complexes, en cas d'atteinte aux droits des utilisateurs ou en cas de décisions controversées. L'accès garanti à un interlocuteur humain renforce la protection juridique, améliore la traçabilité des décisions et contribue à éviter les erreurs de jugement, les abus ou la discrimination par les systèmes automatisés.	<p>2 Les fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche doivent veiller à ce que les utilisateurs aient toujours à leur disposition un interlocuteur humain en plus des moyens automatisés. Les utilisateurs ont le droit de transférer une communication automatisée vers un traitement humain <del>et ne doivent pas être contraints d'utiliser exclusivement des moyens automatisés.</del></p>
23	1		Le domicile de notification est une notion juridique établie dans le droit procédural suisse, contrairement à la représentation juridique. Il est donc essentiel de relier ces deux notions. Cette extension est importante, car les explications de l'AP-LPC (chiffre 4.2.10) ne décrivent la représentation juridique que comme un domicile de notification au sens de l'art. 11b, al. 1, PA. En droit administratif, la représentation juridique ou le domicile de notification est limité aux autorités administratives. Dans le cas présent, il s'agirait concrètement de l'OFCOM. L'ajout étend le domicile de notification à d'autres autorités telles que les autorités pénales ou les tribunaux civils (par la référence expresse au droit pénal et civil). Ce n'est que si toutes les autorités disposent d'un domicile de notification que les motions 18.3306 et 18.3379 visant à renforcer	<p><b>Nouvelle teneur</b></p> <p>1 Les fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche qui ne sont pas établis en Suisse doivent désigner une personne morale ou physique en Suisse comme leur représentant légal. <b>Le représentant légal désigné est également le domicile de notification au sens de l'art. 140 CPC, de l'art. 87 CPP et de l'art. 11b PA.</b></p>

			l'application du droit, que le Parlement a déjà adoptées à une large majorité en 2018 et 2019, seront pleinement satisfaites.	
25	3		Nous saluons les dispositions relatives au rapport d'évaluation et au rapport sur les mesures. Il est toutefois important pour la surveillance sociale que l'OFCOM publie systématiquement les rapports (cf. prise de position sur l'art. 37).	<p><b>Proposition - Nouvelle teneur</b></p> <p>Dans les trois mois suivant la réception du rapport d'évaluation, les fournisseurs doivent publier le rapport d'évaluation sans données personnelles et, si des lacunes ont été constatées, le rapport sur les mesures prises sans données personnelles, et les transmettre à l'OFCOM. <u>L'OFCOM doit également publier les rapports.</u></p>
26	4		<p>À l'heure actuelle, la recherche sur les effets des plateformes en ligne sur les individus et la société est difficile à mener et reste ponctuelle ou expérimentale, car les plateformes ne permettent guère d'accéder de manière fiable aux données pertinentes.</p> <p>Alors que ces plateformes privées organisent et influencent notre débat public, la recherche dans l'intérêt public reste donc largement impossible.</p> <p>Pour obtenir une base factuelle fiable et systématique sur les effets sociaux des médias sociaux et des moteurs de recherche, nous avons pourtant besoin précisément de ce type de recherche.</p> <p>L'art. 26 prévu dans l'avant-projet en constitue une base essentielle et est un élément essentiel de la structure de responsabilité de la réglementation prévue, en particulier en combinaison avec d'autres mesures de responsabilité telles que l'analyse des risques (art. 20) et les évaluations indépendantes (art. 24).</p> <p>L'art. 26 complète ces obligations de manière importante, car il permet à la recherche externe de confirmer, de compléter et/ou de contredire les résultats de ces analyses.</p>	<p><b>Proposition – nouvelle teneur</b></p> <p>4 L'OFCOM transmet les demandes approuvées aux fournisseurs concernés et les oblige à accorder l'accès aux données correspondantes dans un délai raisonnable. <b>Si une demande est rejetée, l'OFCOM motive sa décision et les requérants ont la possibilité de faire opposition.</b></p>

		<p>Nous saluons donc expressément la disposition de l'art. 26, en particulier le rôle et les compétences décisionnelles de l'OFCOM en tant que médiateur entre les chercheurs et les plateformes, tels que définis à l'al. 4. Nous proposons toutefois quelques précisions et compléments.</p> <p><b>Personnes autorisées à accéder</b></p> <p>Nous saluons expressément la possibilité pour les organisations de la société civile qui peuvent prouver qu'elles mènent des recherches dans l'intérêt public, ne poursuivent aucun intérêt commercial et sont en mesure de garantir une protection adéquate des données, d'avoir accès à ces données. Ces organisations ont joué un rôle important dans le passé pour demander des comptes aux plateformes et ont utilisé de manière impressionnante les données publiques de ces dernières dans le cadre de leur fonction de surveillance sociale indépendante et orientée vers l'intérêt général. Nous plaidons expressément en faveur du maintien de ce droit de demande pour les organisations de la société civile. Nous partons également du principe que les consortiums d'entités autorisées à accéder aux données qui collaborent avec d'autres organisations de la société civile, des journalistes et des chercheurs indépendants peuvent également obtenir l'accès aux données.</p> <p><b>Faciliter l'accès aux données</b></p> <p>Le paragraphe 2 prévoit que les données auxquelles l'accès est demandé doivent être désignées dans la demande. Cela peut toutefois s'avérer difficile pour les chercheurs, car les plateformes ne donnent pas d'aperçu des données dont elles disposent. Une solution serait que les plateformes publient des catalogues de données, comme le prévoit également la DSA. Les catalogues actuellement disponibles se sont toutefois révélés inutilisables jusqu'à présent. Une autre possibilité serait de laisser la</p>	
--	--	--	--

			<p>désignation des données dans la demande aussi large que possible et d'obliger les plateformes à coopérer avec les chercheurs afin de répondre aux exigences de la recherche.</p> <p><b>Procédure transparente et possibilité de recours</b>  Nous saluons le rôle et les compétences décisionnelles de l'OFCOM en tant que médiateur entre les chercheurs et les plateformes, tels que définis au paragraphe 4. La procédure d'autorisation des demandes d'accès doit être transparente et permettre aux chercheurs de faire appel.</p>	
26	6 et 7		<p><b>Accès aux données publiques</b>  En outre, les plateformes devraient être tenues de fournir des interfaces afin de garantir un accès fiable aux données accessibles au public à des fins de recherche dans l'intérêt public (cf. art. 40.12 DSA). Cela permettrait aux chercheurs de rechercher des thèmes ou des contenus spécifiques, de classer les contenus en fonction de l'activité des utilisateurs ou de voir quels comptes diffusent certains récits. Les fournisseurs y sont déjà tenus par la DSA. Cela ne représenterait donc pas une charge supplémentaire pour eux. Il faut également veiller à ce que les plateformes en ligne n'empêchent pas la recherche indépendante, légale et conforme à la protection des données par d'autres méthodes (par exemple, par le biais de dons de données ou de scraping) en faisant pression sur les chercheurs, en leur retirant arbitrairement leur accès ou en les menaçant de poursuites judiciaires intimidantes.</p>	<p><b>Proposition – nouvelle teneur</b></p> <p><b>6 (nouveau)</b> Les fournisseurs accordent l'accès aux données accessibles au public dans une interface de recherche en ligne, y compris, dans la mesure où cela est techniquement possible, aux données en temps réel. Les organes et organisations qui remplissent les conditions énoncées à l'al. 1 peuvent obtenir l'accès à l'interface.</p> <p><b>7 (nouveau)</b> Les fournisseurs ne doivent pas empêcher la recherche indépendante, légale et conforme à la protection des données par d'autres méthodes (par exemple par des dons de données ou du scraping).</p>
27			<p>Nous saluons que l'OFCOM soit chargé des compétences de surveillance. Cela est judicieux compte tenu des tâches et compétences actuelles de l'autorité.</p> <p>Cependant, pour exercer avec succès ses activités de surveillance, l'OFCOM doit disposer de manière fiable des ressources et capacités nécessaires ainsi que de l'expertise requise. <b>Cela ne semble pas garanti avec les cinq à dix équivalents plein temps</b></p>	<p>Le GREA soutient fortement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La création d'un conseil consultatif interdisciplinaire incluant notamment des experts en sciences et technologies, sciences sociales, santé publique et des prévention</li> </ul>



		<p><b>supplémentaires actuellement prévus (selon l'AIR).</b></p> <p>De plus, une autorité de surveillance ne peut pas évaluer seule les impacts sociétaux multiformes et les risques systémiques. Un écosystème constructif de chercheurs, de la société civile et d'autorités est nécessaire pour permettre cela et faire progresser la recherche sur les risques systémiques.</p> <p>En outre, une approche itérative et un "Dual-Track"-Ansatz, comme le propose AlgorithmWatch concernant le DSA (<a href="https://algorithmwatch.org/en/dual-track/">https://algorithmwatch.org/en/dual-track/</a> et <a href="https://algorithmwatch.org/en/researching-systemic-risks-under-the-digital-services-act/">https://algorithmwatch.org/en/researching-systemic-risks-under-the-digital-services-act/</a>) est indiqué ici. Celui-ci permet à l'OFCOM, avec le soutien d'experts, de s'assurer qu'une palette large et diversifiée de types de données est accessible, mais par un processus clair et traçable.</p> <p>Dans ce contexte, nous proposons également que l'autorité de surveillance soit accompagnée d'un <b>conseil consultatif</b> composé de la société civile, de l'économie, de la science et d'organisations indépendantes (cf. DSC-Beirat en Allemagne), pour faire intervenir une surveillance externe et une expertise.</p> <p>En outre, la réglementation devrait être combinée avec un <b>centre de compétences indépendant et interdisciplinaire au niveau national - un "Digital Media Observatory" pour la Suisse</b>. Celui-ci doit rassembler des experts de la science (notamment sociale), de la société civile, de l'éducation, de la santé publique et des médias pour faire progresser la recherche dans ce domaine.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La mise en place d'un « Digital Media Observatory » suisse intégrant les perspectives de la science (notamment sociale), de la société civile, de l'éducation, de la santé publique et des médias</li> </ul>
28	1-3	<p>Les fournisseurs doivent fournir des informations à l'OFCOM dans un délai approprié. Cette manipulation est judicieuse car elle donne de la flexibilité à l'OFCOM et le délai peut ainsi être adapté à la complexité de la demande.</p>	<p><b>Proposition – nouvelle teneur</b></p> <p>1 Les fournisseurs de plateformes de communication</p>

			<p>Néanmoins, nous considérons qu'il est judicieux de prévoir une présomption légale pour le temps nécessaire à la fourniture d'informations. Cela donne aux fournisseurs une valeur de référence à laquelle ils peuvent s'orienter. En même temps, il est possible de déroger à ce délai pour des demandes particulièrement urgentes ou particulièrement complexes.</p>	<p>ou de moteurs de recherche doivent fournir des informations à l'OFCOM dans un délai approprié et lui remettre toutes les données au sens de l'art. 38 nécessaires à l'exercice de ses tâches de surveillance et d'évaluation.</p> <p>2 L'obligation de fournir des informations s'applique également aux représentants légaux des fournisseurs de plateformes de communication ou de moteurs de recherche.</p> <p><b>3 (nouveau) Les informations sont en règle générale fournies dans un délai de 30 jours.</b></p>
29-31			Nous saluons l'approche de financement à deux niveaux.	
32	1 à 2		<p>L'al. 2 correspond à ce qu'on appelle les blocages de réseau : l'accès à un service entier (un site web dans son intégralité) est bloqué.</p> <p><b>Option A, préférée par le GREA : rejet des blocages de réseaux</b> Nous rejetons par principe les blocages de réseaux, car ils sont disproportionnés et portent gravement atteinte au principe d'un Internet ouvert et à la liberté d'information. C'est pourquoi nous demandons la suppression de l'al. 2 sous sa forme actuelle.</p> <p>Les blocages de réseaux concernent tous les utilisateurs d'une plateforme – soit près d'un million d'utilisateurs en Suisse dans le cas des plateformes et moteurs de recherche concernés par cette loi – et l'ensemble de leurs intérêts protégés par les droits fondamentaux. Et ce, même si l'infraction ne porte que sur un tout petit nombre de contenus spécifiques ou sur un simple manquement de la part des exploitants de la plateforme (par exemple, un rapport de transparence erroné). Il nous semble</p>	<p><b>Proposition (Uniformisation des sanctions) :</b></p> <p>1 Si l'OFCOM constate une violation du droit selon la présente loi, il peut exiger de la personne physique ou morale responsable de la violation :</p> <p>a. qu'elle mette fin à la violation et prenne des mesures pour éviter qu'elle ne se reproduise ;</p> <p>b. qu'elle informe l'OFCOM des mesures prises.</p> <p><del>2 Si les mesures se révèlent inefficaces ou s'il y a lieu de supposer qu'elles le sont, l'OFCOM peut enjoindre aux fournisseurs de services de télécommunication de restreindre l'accès à une plateforme de communication ou à un moteur de recherche.</del></p>

		<p>disproportionné d'intervenir de manière aussi massive dans la liberté d'expression et d'information de près d'un million d'utilisateurs en raison d'une telle infraction commise par quelques-uns. Un blocage complet de l'accès à un service n'affecte pas seulement de manière aléatoire des contenus légaux, il supprime complètement la fonction des plateformes en tant que forums de formation de l'opinion publique. La fermeture d'une plateforme ou d'un moteur de recherche pourrait également mettre rapidement en péril l'existence de nombreuses entreprises et services. Les blocages de réseaux vont à l'encontre des développements visant à rendre l'utilisation d'Internet plus sûre (tels que DNSSEC, DNS-over-TLS, DNS-over-HTTPS).</p> <p>Malgré toute la sympathie que l'on peut avoir pour les appels à des sanctions sévères visant à inciter les plateformes et les moteurs de recherche à respecter leurs obligations, le projet de loi ne doit pas perdre de vue l'objectif réel : créer un cadre juridique pour un écosystème de l'information qui favorise l'exercice des droits fondamentaux et le libre débat démocratique. Donner aux autorités de surveillance la possibilité extrêmement sévère de bloquer complètement un service (sans décision judiciaire) nuit à cet objectif.</p> <p>Par ailleurs, en Suisse, les blocages de réseaux ont été introduits pour la première fois il y a à peine dix ans avec la loi sur les jeux d'argent. À l'époque, le législateur avait promis que cette option, qui constitue une mesure très grave, resterait une exception absolue. Il doit tenir cette promesse.</p> <p>En conséquence, l'art. 33 relatif à la procédure doit également être supprimé afin de rejeter les blocages de réseau.</p> <p><b>Option B, minimale : besoin de clarification concernant les blocages de réseau</b></p>	
--	--	--	--

			<p>Une telle mesure restreint les droits fondamentaux (ici la liberté d'expression et de réunion) d'un nombre potentiellement très important d'utilisateurs et doit donc être justifiée par des exigences élevées, car elle doit être proportionnée. Il faut donc s'assurer que la mesure est appropriée, raisonnable et nécessaire pour atteindre l'objectif visé. C'est pourquoi un tel pouvoir ne devrait être utilisé qu'en dernier recours. Cette qualification fait actuellement défaut dans le texte de loi et devrait être ajoutée si nécessaire. Il faut en outre s'assurer qu'une telle mesure est effectivement appropriée pour atteindre l'objectif visé. En raison de la nature transfrontalière des plateformes, des obstacles pratiques se posent également quant à l'applicabilité d'une telle mesure, car les utilisateurs peuvent trouver d'autres moyens de continuer à utiliser la plateforme.</p>	
33			<p>Si (malgré tout) l'instrument des blocages de réseau devait être maintenu, il serait impératif qu'une autorité administrative ne puisse pas décider seule d'une telle mesure. Cela ouvrirait la voie à l'arbitraire politico-administratif. Une intervention d'une telle ampleur doit au moins être garantie par une décision judiciaire qui assure la prise en compte des différents intérêts en présence. En outre, des garanties procédurales ainsi que des voies de recours doivent être prévues pour les utilisateurs concernés.</p>	<p><b>Proposition :</b> Biffer, éventuellement adapter (voir art. 32)</p>
34			<p>Nous saluons les sanctions efficaces prévues à l'art. 34. Elles sont essentielles pour garantir une application effective du droit. Nous nous réjouissons en particulier que ces sanctions soient fixées en fonction du chiffre d'affaires considérable des grandes plateformes, afin qu'elles aient un effet dissuasif réel.</p> <p>Nous rejetons toutefois la distinction proposée aux al. 1 et 2 entre le type d'infraction et les sanctions correspondantes. Ces deux alinéas accordent à l'OFCOM un pouvoir discrétionnaire dans la</p>	<p><b>Proposition :</b></p> <p><b>1 (nouveau)</b> L'OFCOM ouvre d'office ou sur dénonciation une procédure lorsqu'il existe des indices de violation du droit selon la présente loi.</p> <p><b>2 (ancien al. 1)</b> L'OFCOM peut sanctionner un fournisseur d'une plateforme de communication ou d'un moteur de recherche d'un montant pouvant</p>

			<p>détermination de la peine. Seul le montant maximal est fixé, cette distinction n'est donc pas nécessaire. En outre, l'obligation de prendre des mesures appropriées pour réduire les risques systémiques et d'en rendre compte doit être ajoutée au catalogue.</p> <p>En outre, la responsabilité des organes et des autres personnes physiques est la norme en droit suisse lorsque des sanctions sont prononcées. C'est par exemple le cas dans la nouvelle loi sur la protection des données (art. 60 ss LPD), où cela s'est avéré très efficace, ou dans le code pénal (art. 102 CP).</p> <p>Il va de soi que cela doit également être mis en œuvre dans la loi sur la concurrence : afin de renforcer l'application de cette loi, il est nécessaire de responsabiliser les organes responsables des plateformes et des moteurs de recherche, y compris les décideurs, afin qu'ils respectent leurs obligations.</p> <p>L'OFCOM conserve la marge d'appréciation qui lui est accordée à l'al. 5 (anciennement al. 4) également dans l'attribution de la responsabilité aux organes ou aux personnes.</p>	<p>atteindre 6 pour cent du chiffre d'affaires annuel moyen réalisé dans le monde au cours des trois derniers exercices, si celui-ci :</p> <p>a. viole une décision entrée en force de l'OFCOM ;</p> <p>b. viole l'obligation de mettre en place une procédure de notification (art. 4) ou une procédure de traitement des notifications (art. 5) ;</p> <p>c. viole l'obligation de mettre en place une procédure interne de réclamation (art. 7) ;</p> <p>d. refuse systématiquement de participer à un règlement extrajudiciaire des litiges (art. 8) ;</p> <p>e. viole les dispositions sur le marquage transparent de la publicité (art. 15) ou l'obligation de créer une archive publicitaire (art. 16) ;</p> <p>f. viole l'obligation d'offrir une fonction permettant aux utilisateurs d'indiquer si le contenu qu'ils fournissent poursuit des objectifs commerciaux (art. 17) ;</p> <p>g. viole les obligations concernant les systèmes de recommandation (art. 18) ;</p> <p>h. viole l'obligation de transparence concernant les conditions générales (art. 13) ;</p> <p>i. viole les obligations de diligence (art. 14) ;</p>
--	--	--	---	--

				<p>j. viole les dispositions sur le rapport de transparence (art. 19) et le rapport sur les résultats de l'évaluation des risques (art. 20) ;</p> <p>k. ne désigne pas de point de contact, ne tient pas à jour les informations correspondantes ou ne les rend pas facilement accessibles (art. 21 et 22) ;</p> <p>l. ne désigne pas de représentant légal, ne tient pas à jour les informations correspondantes ou ne les rend pas facilement accessibles (art. 23) ;</p> <p>m. viole les dispositions sur l'évaluation indépendante (art. 24 et 25) ;</p> <p>n. refuse ou empêche injustement l'accès aux données aux organes de recherche et aux organisations de la société civile (art. 26) ;</p> <p>o. viole l'obligation de fournir des informations (art. 28 al. 1 et art. 29) ou</p> <p>p. <b>(nouveau)</b> viole l'obligation de minimiser les risques systémiques par la mise en œuvre de mesures appropriées et d'en faire rapport (art. 20).</p> <p><b>(ancien al. 2 supprimé, car plus de différenciation du montant maximal de l'amende)</b></p> <p><b>3 (nouveau)</b> L'OFCOM peut sanctionner les personnes physiques qui agissent en tant qu'organes, membres d'un organe, membres de la direction ou personnes effectivement responsables d'un fournisseur, d'un</p>
--	--	--	--	--

				montant pouvant atteindre 250 000 francs, si elles violent intentionnellement ou par négligence la présente loi au sens de l'art. 34 al. 2 ou ordonnent, encouragent ou n'empêchent pas de telles violations, bien qu'elles y aient été obligées.
35			<p>Les délais de prescription contenus dans l'AP-LPCom correspondent aux délais de prescription de la loi fédérale sur le droit pénal administratif (art. 11 DPA). Comme exposé ci-dessus, la catégorisation des sanctions administratives en 2 niveaux n'est pas convaincante. Avec l'adaptation de l'art. 34 AP-LPCom, la répartition du délai de prescription selon le type de violation devient également caduque.</p> <p>Nous demandons au contraire une uniformisation du délai de prescription pour toutes les violations de l'AP-LPCom. Il devrait être uniformément de 7 ans.</p>	<p><b>Proposition :</b></p> <p>1 Le droit d'imposer des sanctions pour violations de la loi <del>selon l'article 34 al. 1</del> se prescrit par sept ans <u>et pour toutes les autres violations par quatre ans.</u></p>
37			<p>Les décisions ainsi que les rapports reçus des plateformes (cf. art. 9 et art. 20) devraient être publiquement accessibles. Les dispositions prévues à l'al. 3 pourraient considérablement entraver les possibilités de contrôle public et la capacité de la société à évaluer les risques et à tenir les plateformes responsables. Il faut clairement établir quand la protection des secrets professionnels, commerciaux ou de fabrication peut être appropriée. Il faut s'assurer que celle-ci ne puisse pas être appropriée concernant des données d'intérêt public.</p>	<p><b>Proposition :</b></p> <p>1 L'OFCOM informe le public sur son activité.</p> <p><del>2 Il peut publier ses décisions et les rendre accessibles en ligne</del> <b>Il publie ses décisions et les rend accessibles en ligne.</b></p> <p><del>3 Il ne divulgue pas de secrets professionnels, commerciaux ou de fabrication</del> <b>Il prend en compte de manière appropriée les secrets professionnels, commerciaux ou de fabrication justifiés, lorsque ceux-ci ne contreviennent pas à l'objectif de la</b></p>

Prise de position du GREA sur la LPCom

				présente loi ou ne sont pas invoqués de manière abusive pour ne pas se conformer aux dispositions selon le chapitre 2 de la présente loi.
--	--	--	--	---