



# Communiqué de presse

Embargo 14 janvier 2025, 10h00

---

## Pouvoir des plateformes: origines et conséquences pour les médias et la démocratie

*La Commission fédérale des médias (COFEM) présente des pistes de réflexion sur le pouvoir de marché des plateformes en ligne et leur pouvoir sur l'opinion.*

*Les plateformes en ligne telles que les réseaux sociaux et les moteurs de recherche marquent aujourd'hui fortement une partie du discours public et de l'échange d'informations. Les entreprises à qui appartiennent ces plateformes disposent d'un important pouvoir de marché et d'un fort pouvoir sur l'opinion, ce qui n'est pas sans conséquences pour la branche des médias, la formation de l'opinion et la démocratie. La COFEM recommande d'examiner des mesures à différents niveaux dans le cadre d'une stratégie globale et présente diverses options pour la future gouvernance des plateformes.*

Bienne, le 14 janvier 2025

Les plateformes comme les moteurs de recherche, les réseaux sociaux ou les services de partage de vidéos jouent aujourd'hui un rôle central dans le discours public et la formation démocratique de l'opinion. L'important pouvoir de marché des plateformes n'est cependant guère discuté dans la sphère publique. Les plateformes disposent souvent d'un fort pouvoir de marché, qui engendre aussi une situation de dépendance pour les médias suisses. Parallèlement, elles ont un pouvoir sur l'opinion et influencent significativement le discours public à travers leurs algorithmes. "Les quelques mêmes entreprises disposent d'un énorme pouvoir tant sur le marché que sur l'opinion. Dans une société démocratique, c'est préoccupant pour la formation de l'opinion", souligne Anna Jobin, présidente de la COFEM.

### Pouvoir de marché des entreprises de plateformes

La COFEM estime que le pouvoir de marché des entreprises de plateformes est un problème non seulement économique, mais aussi démocratique. Ce pouvoir a également des répercussions dans le domaine de la communication publique et sur les médias. En effet, les plateformes décident à quelles conditions les médias, les annonceurs et les utilisateurs interagissent entre eux. Ces liens de dépendance sont encore renforcés par le fait que les entreprises de plateformes sont souvent aussi des fournisseurs de systèmes d'intelligence artificielle largement répandus.

Ce pouvoir peut aussi être utilisé à mauvais escient. Les grands groupes technologiques peuvent être incités à le faire, en privilégiant par exemple leurs propres offres ou en fixant unilatéralement des conditions contractuelles ou d'utilisation.

### Pouvoir des entreprises de plateformes sur l'opinion

La COFEM souligne que le pouvoir de marché de ces entreprises s'accompagne aussi d'un pouvoir sur l'opinion. Les contenus personnalisés que les utilisateurs reçoivent dans leur fil d'actualités, sous la

forme de recommandations, de réponses générées par l'IA ou de résultats de recherche, sont sélectionnés par des algorithmes. "Les algorithmes des plateformes ne poursuivent pas d'objectifs journalistiques ou démocratiques, mais essentiellement commerciaux. Les utilisateurs sont exposés à des contenus qui les gardent aussi longtemps que possible sur la plateforme. Ces contenus ne doivent pas être nécessairement pertinents pour la société ni diversifiés", explique Manuel Puppis, vice-président de la COFEM. Ces pratiques peuvent influencer la manière dont les utilisateurs perçoivent les problèmes, les informations auxquelles ils ont accès, la manière dont ils se forment une opinion et, donc, également le fonctionnement de notre démocratie.

Du point de vue de la COFEM, ce pouvoir sur l'opinion est encore renforcé, également en Suisse, par l'influence que les groupes technologiques à qui appartiennent les plateformes en ligne exercent sur la politique, l'administration, la formation, la recherche et la société. Ils conçoivent des solutions logicielles globales pour les entreprises, les administrations et les institutions de formation, financent la recherche universitaire, soutiennent les entreprises de médias et investissent significativement dans le lobbying politique. Tous ces aspects ne sont guère discutés dans la sphère publique. Pour la COFEM, ils doivent cependant être pris en considération lorsqu'il s'agit de traiter le pouvoir des entreprises de plateformes sur l'opinion.

### **La COFEM recommande une stratégie globale**

Au vu du pouvoir de marché des plateformes et de leur pouvoir sur l'opinion, la COFEM recommande de développer une stratégie globale pour leur future gouvernance en Suisse. Le projet de consultation du Conseil fédéral relatif à une loi fédérale sur les plateformes de communication constitue un jalon important d'une telle stratégie, mais il en faut d'autres. Concrètement, la COFEM présente des options d'intervention dans cinq domaines:

- la réglementation du pouvoir de marché des plateformes en adaptant le droit de la concurrence aux exigences de l'économie de plateforme et en réglementant ex ante les plateformes "gate-keeper" dominantes;
- la gouvernance des algorithmes en imposant des évaluations des risques, une meilleure compréhension et une prise en considération des valeurs démocratiques, et en développant des alternatives non commerciales;
- le renforcement de la surveillance sociale sur les plateformes, par exemple en autorisant l'accès aux données et en créant des organes de surveillance indépendants;
- la réglementation de l'intelligence artificielle en imposant des responsabilités tout au long de la chaîne de création de valeur et en prenant des mesures propres à garantir les droits fondamentaux;
- l'encouragement des compétences médiatiques et numériques pour une utilisation réfléchie de la sphère publique numérique.

Veillez adresser vos questions à Anna Jobin, présidente de la COFEM ([aj@annajobin.com](mailto:aj@annajobin.com))

### **A propos de la COFEM:**

La Commission fédérale des médias (COFEM) est une commission d'experts indépendante et extraparlamentaire mise en place par le Conseil fédéral et dotée d'un secrétariat spécialisé. Elle conseille les autorités en matière de médias, de développement de la communication dans la société, et propose des solutions viables et propose des solutions viables pour aménager le paysage suisse des médias. Elle se compose de 15 experts externes à l'administration fédérale et issus de différents domaines du secteur des médias. Les membres de la Commission et le président ou la présidente sont nommés par le Conseil fédéral. Ils représentent différentes approches et positions. La Commission est présidée par Anna Jobin.