



Rapport d'analyse de l'Arcom
sur les rapports de transparence portant
sur l'année 2024 publiés par les fournisseurs
de services intermédiaires français
en application des articles 15 et 24 du RSN

Décembre 2025

Table des matières

Mot introductif du président de l'Arcom	3
I. Introduction	4
a. Objectifs du règlement européen sur les services numériques (RSN)	4
b. Gouvernance nationale et européenne	4
c. La transparence dans le RSN et le rapport d'analyse de l'Arcom	5
II. Le RSN : des obligations nouvelles sous le contrôle du régulateur et proportionnées aux activités des services intermédiaires	7
III. Les services intermédiaires français assujettis au RSN	10
a. Introduction : la démarche des services de l'Arcom.	10
b. Présentation de l'écosystème français des services intermédiaires et de leurs fournisseurs	10
1) Services d'hébergement « simple », de simple transport et de mise en cache.....	11
2) Plateformes en ligne (hors places de marché)	11
3) Places de marché.....	12
IV. Analyse des rapports de transparence	13
a. Les rapports de transparence analysés par l'Arcom.....	13
b. Moyens dédiés à la modération : description des moyens automatisés et moyens humains (formation et assistance)	15
1) Description qualitative de l'activité de modération.....	15
2) Recours à des outils automatisés pour la modération : description des moyens et résultats.....	16
3) Les personnes chargées de la modération des contenus et leur accompagnement.....	18
c. Coopération avec les autorités publiques.....	19
1) Sur le nombre d'injonctions reçues par les FSI	19
2) Sur le classement par type de contenu des injonctions reçues par les FSI.....	21
3) Sur les États membres d'émission des injonctions reçues par les FSI.....	21
4) Sur les délais pour accuser réception et donner suite aux injonctions reçues par les FSI	21
d. Les activités de modération en 2024.....	22
1) Actions prises sur signalement	22
2) Modération à l'initiative du FSI	25
3) Suspension de compte ou de fonctionnalités à des utilisateurs.....	27
e. Contestation des décisions de modération auprès de la plateforme	28
f. Recours à des organes de règlement extrajudiciaire des litiges	28
g. Point d'étape sur une autre obligation de transparence au titre du RSN : l'embarquement des plateformes en ligne au sein de la base de données de transparence (article 24 paragraphe (5))	28
V. Conclusion	31
a. Sur la publication du premier rapport de transparence au titre du RSN par les FSI français	31
b. Projection vers l'obligation d'utilisation du modèle publié par la Commission européenne ..	32

Mot introductif du président de l'Arcom

Adopté en octobre 2022, pleinement en vigueur depuis le 17 février 2024, le règlement sur les services numériques (RSN) s'applique à tous les fournisseurs de services intermédiaires, au premier rang desquels se trouvent ceux fournissant des plateformes en ligne.

Le RSN organise, dans le cadre d'une gouvernance européenne originale, une régulation qui vise à responsabiliser les plateformes en ligne, et d'abord les plus grandes d'entre elles, afin de garantir la protection des droits fondamentaux en ligne, d'améliorer la sûreté en ligne des utilisateurs et de rendre le fonctionnement des plateformes plus transparent.

Au titre du RSN, chaque État membre de l'Union européenne (UE) doit désigner un coordinateur pour les services numériques (CSN) et une ou plusieurs autorités compétentes pour superviser l'application par les fournisseurs de services intermédiaires dont l'établissement principal (ou le représentant légal) est situé au sein dudit État membre.

En France, l'Arcom a été désignée CSN par la loi n° 2024-449 du 21 mai 2024 visant à sécuriser et à réguler l'espace numérique. L'Arcom est autorité compétente pour la majorité des dispositions du RSN, aux côtés de la CNIL et la DGCCRF, qui sont compétentes respectivement pour les dispositions relatives au profilage des publicités et celles relatives spécifiquement aux places de marchés.

Enfin et surtout, le RSN confie à la Commission européenne une compétence exclusive sur la supervision des obligations supplémentaires imposées aux très grandes plateformes en ligne et très grands moteurs de recherche en ligne. Ces services sont désignés comme tels par la Commission européenne dès lors qu'ils dénombrent plus de 45 millions de destinataires actifs mensuels en moyenne au sein de l'UE. À date, 25 services ont été désignés comme tels.

Le présent rapport est élaboré par l'Arcom conformément à la mission que lui a confiée le Parlement à l'article 8-2 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique et doit lui être remis chaque année. Il analyse les rapports de transparence que doivent publier les fournisseurs de services intermédiaires établis en France, au titre des articles 15 et, si applicable, 24 du règlement, concernant leurs activités de modération lors de l'année civile écoulée.

L'Arcom a adopté la première édition de ce rapport d'analyse lors de sa séance plénière du 17 décembre 2025. Elle porte sur les rapports de 49 fournisseurs de services intermédiaires. Les principaux enseignements qu'en tire l'Arcom, ainsi que les perspectives, sont présentés dans le document intitulé « L'Essentiel ».

À titre d'illustration, les plateformes en ligne analysées dans ce rapport totalisaient, en cumulé, plus de 270 millions de visiteurs mensuels en France entre juin 2024 et mai 2025, soit une moyenne de 8,5 millions de visiteurs par service chaque mois. Si l'on considère leur audience globale dédoublée, tous services confondus, ces mêmes plateformes en ligne cumulaient près de 50 millions de visiteurs uniques, ce qui correspond à près de 87 % des internautes français et plus de 75 % de la population française.

L'Arcom s'attend à collecter un nombre plus conséquent de rapports de transparence en vue de l'élaboration la prochaine édition de ce rapport d'analyse.

Enfin, le 4 novembre 2024, la Commission européenne a publié un règlement d'exécution harmonisant les modalités de publication de ces rapports de transparence. L'utilisation du modèle de rapport qu'il instaure est devenue obligatoire, pour tous, à partir du 1^{er} juillet 2025. Ce règlement d'exécution permettra d'homogénéiser le contenu, le format et les modalités de publication des rapports de transparence. Il produira ses effets de manière graduelle, ce qui permet d'espérer une amélioration significative de la qualité des restitutions et de l'exploitation de celles-ci par l'Arcom et le public au cours des prochaines années.

I. Introduction

a. Objectifs du règlement européen sur les services numériques (RSN)

Les services intermédiaires numériques, dont font partie les fournisseurs d'accès à internet, les hébergeurs de données, les moteurs de recherche, les réseaux sociaux ou encore les places de marchés en ligne, sont devenus essentiels au fonctionnement des économies et du débat public dans l'Union européenne. Les services numériques accroissent l'échange d'informations et la réalisation de transactions de manière inédite et une majorité des citoyens de l'Union utilisent ces services quotidiennement. Cependant, cette évolution entraîne de nouveaux risques pour les utilisateurs de ces services et des défis pour la société, les entreprises et les institutions.

L'objectif du RSN est de responsabiliser les fournisseurs de services intermédiaires (FSI) au cœur de cet écosystème, dès lors que l'accroissement de leur usage a accentué leur rôle dans l'intermédiation et la diffusion d'informations et d'activités potentiellement illégales ou susceptibles de nuire. Pour que ces fournisseurs contribuent à prévenir les risques pour les utilisateurs, le RSN prévoit des obligations de transparence à l'égard des utilisateurs du service, de la société civile et des autorités compétentes, des mesures de diligence quant aux activités de modération des contenus, ainsi que la mise en place de mécanismes de lutte contre la propagation de contenus illicites, contraires à leurs conditions générales d'utilisation, voire même préjudiciables.

Le RSN s'applique d'une part aux services en ligne dits de « simple transport » et de « mise en cache », qui permettent la transmission d'informations sur des réseaux de communication, et d'autre part aux « hébergeurs », qui stockent des contenus de tiers à leur demande et sans en revendiquer la responsabilité éditoriale. La catégorie des « hébergeurs » recouvre tous types de plateformes en ligne (réseaux sociaux, places de marchés en ligne, sites de rencontres, forums...) ainsi que des solutions d'hébergement de sites internet et de données. Les services intermédiaires peuvent se prévaloir d'un régime de responsabilité conditionnelle quant aux contenus qu'ils rendent accessibles.

b. Gouvernance nationale et européenne

Le RSN, règlement européen, est d'harmonisation maximale, c'est-à-dire que les États membres ne peuvent adopter ou maintenir des exigences nationales supplémentaires concernant les matières relevant de son champ d'application. En vertu du principe dit du « pays d'origine », les FSI sont, au titre du RSN, sous compétence exclusive des autorités compétentes de l'État membre dans lequel ils sont établis, et ce pour leur activité dans l'ensemble de l'Union européenne.

Le texte prévoit que chaque État membre de l'Union européenne désigne une ou plusieurs autorités compétentes indépendantes pour superviser l'application du texte et, parmi elles,

un coordinateur pour les services numériques (CSN), chargé d'assurer la cohérence de la mise en œuvre du règlement à l'échelle nationale. La loi du 21 mai 2024 visant à sécuriser et à réguler l'espace numérique (SREN) a confié ce rôle à l'Arcom pour la France, et a désigné deux autres autorités compétentes : la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) et la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). L'Arcom est compétente pour superviser l'application par les FSI français de l'ensemble des obligations prévues par les articles 9 à 28 du RSN, à l'exception de l'article 18 et des dispositions relevant de la compétence de la CNIL (obligations liées au profilage publicitaire¹) et de la DGCCRF (obligations liées à la protection des consommateurs²).

L'Arcom fait partie du Comité européen des services numériques, que préside la Commission européenne et où siègent les CSN de tous les États membres. La Commission coopère étroitement avec les CSN, et ces derniers soutiennent la Commission européenne dans ses missions, notamment pour la supervision des très grandes plateformes en ligne et très grands moteurs de recherche en ligne (TGPL-TGMR).

En effet, de manière inédite, le RSN confie à la Commission européenne une compétence exclusive sur la supervision d'obligations supplémentaires applicables aux seuls TGPL et TGMR, qui sont désignés comme tels par la Commission européenne dès lors qu'ils dénombrent plus de 45 millions de destinataires actifs mensuels en moyenne au sein de l'UE. Ces obligations ont notamment trait aux risques systémiques que leurs services engendrent eu égard à leur audience, leur fonctionnement et leur utilisation : ils doivent les analyser et prendre des mesures pour les atténuer et sont soumis à des obligations de transparence supplémentaires.

En novembre 2025, 25 services ont été désignés comme TGPL-TGMR. Parmi eux figurent deux moteurs de recherche, [Google Search](#) et [Bing](#), et une grande variété de plateformes en ligne, [X](#), [Instagram](#), [Facebook](#), [TikTok](#), [Snapchat](#), [Youtube](#), [Pinterest](#), [LinkedIn](#), [Google Maps](#), [Wikipedia](#), [Google Shopping](#), [Booking.com](#), [Amazon Store](#), [Shein](#), [Temu](#), [AliExpress](#), [Zalando](#), [App Store](#), [Google Play](#), [Pornhub](#), [XNXX](#), [Stripchat](#) et [XVideos](#)³.

c. La transparence dans le RSN et le rapport d'analyse de l'Arcom

Afin de responsabiliser cet écosystème d'acteurs variés, les obligations prévues par le règlement introduisent un principe de transparence des services intermédiaires, en particulier vis-à-vis de leurs utilisateurs.

Ces règles de transparence doivent permettre de mieux comprendre les mécanismes de modération des contenus, les critères de recommandation de contenus ou les logiques de ciblage publicitaire. Elles visent également à renforcer la responsabilité des plateformes, suivre les effets des politiques publiques, protéger les droits des utilisateurs et les informer des recours possibles en cas de désaccord avec la démarche de modération, ainsi qu'à prévenir les utilisations abusives des services. En rendant obligatoires des pratiques qui relevaient jusqu'alors au mieux des « bonnes pratiques », sinon des politiques de communication des grands acteurs, le RSN rend les FSI redevables devant les autorités compétentes, mais plus généralement vis-à-vis de l'ensemble de la société, en conférant un rôle actif à la société civile (ex. : chercheurs universitaires et associations), dans une logique de régulation en réseau. En deux mots, le RSN contribue à renforcer la confiance dans l'écosystème en ligne.

¹ Articles 26 (1) d), 26 (3) et 28 (2) du RSN.

² Articles 25 (pour son application aux places de marché en ligne), 30, 31 et 32 du RSN.

³ La liste des TGPL-TGMR tenue à jour par la Commission européenne est disponible au lien suivant : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/list-designated-vlops-and-vloses>

Au cœur des obligations de transparence instaurées par le RSN se trouve la publication, par l'ensemble des FSI assujettis au RSN⁴, d'un rapport annuel⁵ sur la quantité et la nature des activités de modération, le traitement des injonctions et la réception de signalements. Ce rapport comprend notamment la description des moyens utilisés par le fournisseur du service, notamment automatiques, pour lutter contre la diffusion de contenus illicites.

Le législateur français a confié à l'Arcom la mission de remettre chaque année au Parlement un rapport d'analyse sur les rapports de transparence publiés par les fournisseurs de plateforme en ligne relevant de sa compétence⁶. Le présent rapport en est le premier exercice. À ce titre, le rapport porte sur l'ensemble des services intermédiaires et non les seules plateformes en ligne, dans un souci de complétude.

Il porte sur les premiers rapports de transparence au titre des articles 15 et 24 du RSN, qui couvrent la première année d'application du RSN et qui pouvaient être publiés jusqu'au 16 avril 2025⁷, et prend en compte les rapports de transparence de 49 entités vraisemblablement établies à titre principal en France et assujetties au RSN.

Compte tenu du caractère inédit de ce rapport, une présentation de l'écosystème des services assujettis au RSN en France, des obligations qui leur sont applicables et de la démarche de régulation de l'Arcom (parties II. et III. ci-dessous) précède la partie analytique et ses conclusions.

⁴ À l'exception des fournisseurs de services intermédiaires qui peuvent être qualifiés de microentreprises ou de petites entreprises telles qu'elles sont définies dans la recommandation 2003/361/CE et qui ne sont pas de très grandes plateformes en ligne au sens de l'article 33 du RSN.

⁵ Sauf pour les TGPL-TGMR qui doivent publier ce rapport de façon semestrielle.

⁶ Cf. article 8-2 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN).

⁷ Ce délai ne valait que pour le premier exercice. Dans son règlement d'exécution (UE) 2024/2835 du 4 novembre 2024, la Commission européenne est venue préciser les modalités de publication de ces rapports et harmoniser (i) les périodes couvertes et (ii) la chronologie de publication.

Cf. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/library/implementing-regulation-laying-down-templates-concerning-transparency-reporting-obligations> et https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835

II. Le RSN : des obligations nouvelles sous le contrôle du régulateur et proportionnées aux activités des services intermédiaires

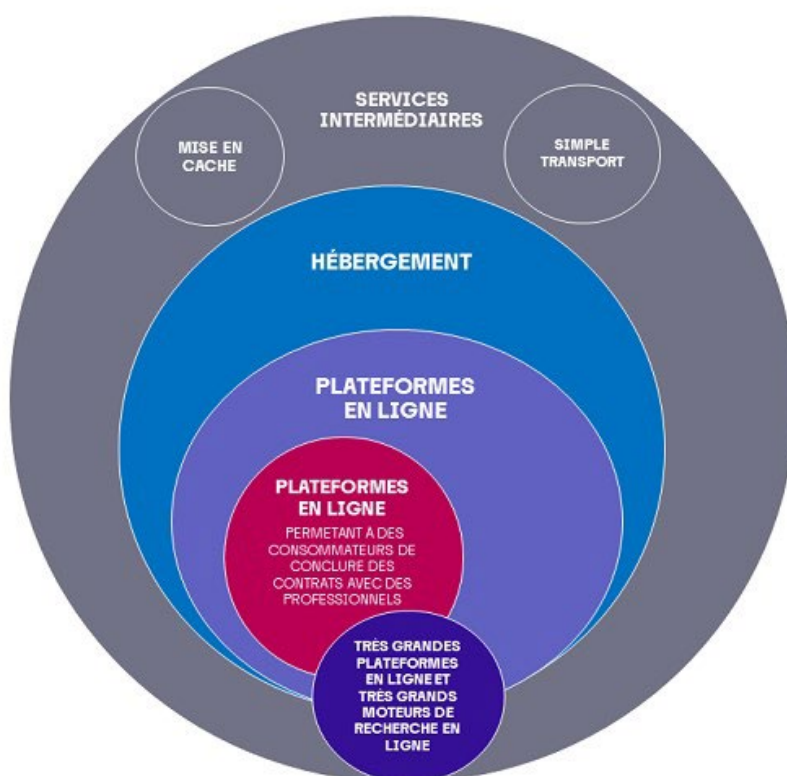
Le RSN s'applique aux FSI dont les services sont proposés dans l'Union, quel que soit leur lieu d'établissement⁸.

Ces services intermédiaires sont définis comme suit par l'article 3 (g) du RSN :

- Les services de simple transport permettent le transfert d'informations à la demande d'un tiers ou fournissent l'accès à un réseau de communication. Les fournisseurs d'accès à internet, registres et bureaux d'enregistrement de noms de domaines en font partie.
- Les services de mise en cache stockent de manière temporaire des informations pour en faciliter la transmission. Il s'agit principalement des réseaux de diffusion de contenus (« *Content Delivery Network* » ou CDN en anglais).
- Les services d'hébergement permettent aux utilisateurs de stocker des informations à leur demande. Cette catégorie comprend des services d'hébergement « simples » tels que les services d'informatique en nuage ou d'hébergement de site web, ainsi que des plateformes en ligne. À la différence des premiers, ces dernières permettent au destinataire du service, qu'il soit une personne physique ou morale, de diffuser publiquement des informations. Il peut, par exemple, s'agir des réseaux sociaux, des plateformes de partage de vidéos, des applications et sites de rencontres.
 - Le RSN prévoit des obligations supplémentaires pour les plateformes en ligne permettant aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec des professionnels. En pratique, ce type de service correspond principalement aux places de marchés dites « B2C » (« *Business to consumer* ») qui mettent en relation des vendeurs professionnels et des consommateurs.
- Les services de moteurs de recherche en ligne permettent aux utilisateurs de formuler des requêtes afin d'effectuer des recherches sur tous les sites internet et renvoient des résultats dans lesquels il est possible de trouver des informations en rapport avec le contenu demandé.

⁸ Article 2 : « [Le RSN] s'applique aux services intermédiaires proposés aux destinataires du service dont le lieu d'établissement est situé dans l'Union ou qui sont situés dans l'Union, quel que soit le lieu d'établissement des fournisseurs de ces services intermédiaires ».

Typologie des services assujettis au RSN



Source : Arcom

Note de lecture : les plateformes en ligne sont des services d'hébergement, qui sont eux-mêmes des services intermédiaires numériques au même titre que les services de simple transport et de mise en cache.

Rappel sur le champ d'application du RSN

Un service intermédiaire peut être inclus dans un ensemble plus large aux côtés d'autres types de services⁹. C'est par exemple le cas des forums de discussion accessibles via des sites internet par ailleurs éditorialisés (ex. : jeuxvideo.com, *Doctissimo*) ou de certains services de messagerie qui, aux côtés des canaux d'échange privé entre utilisateurs, proposent des espaces d'échange public soumis au RSN (ex. *WhatsApp*, *Telegram*).

Les obligations prévues par le RSN à destination des services intermédiaires sont réparties au sein de ses chapitres II (articles 9 et 10) et III (article 11 à 48), dédié aux obligations de diligence pour un environnement en ligne sûr et transparent. Ces obligations s'appliquent en fonction de la nature et de la taille du service concerné et de son fournisseur.

⁹ Voir considérants (6) et (13) du RSN.

La description détaillée de ces obligations ainsi qu'un schéma récapitulant les différents régimes d'obligations en fonction (i) de la nature du service fourni et (ii) de la taille de son fournisseur sont disponibles en annexe n° 2.

Dans un objectif de proportionnalité, le RSN instaure¹⁰ un régime d'exemptions à l'égard des fournisseurs qui peuvent être qualifiés de microentreprises ou petites entreprises (moins de 50 personnes occupées et un chiffre d'affaires ou un total du bilan inférieur à 10 millions d'euros), sauf si ces derniers fournissent une TGPL. Ces exemptions concernent la publication d'un rapport de transparence ainsi que les dispositions applicables aux plateformes en ligne (sections 3 et 4 du chapitre III, voir annexe n° 2)¹¹. Ainsi, ils doivent uniquement s'assurer de publier des points de contact, d'adapter leurs conditions générales d'utilisation, de coopérer diligemment avec les autorités et, si applicable, de mettre en place des mécanismes de notification.

Un régime spécifique d'obligations additionnelles vise les TGPL-TGMR, fondé sur le principe d'atténuation des risques systémiques. Ces fournisseurs doivent identifier les « *risques systémiques découlant de la conception, du fonctionnement et de l'utilisation de leurs services, ainsi que des abus potentiels* » par les utilisateurs du service et prendre « *des mesures d'atténuation appropriées, dans le respect des droits fondamentaux* »¹². Parmi ces risques, le RSN mentionne la diffusion de contenus illicites, l'atteinte aux droits fondamentaux, les effets négatifs réels ou prévisibles sur les processus démocratiques, le discours civique, les processus électoraux et la sécurité publique ainsi que le fonctionnement et l'utilisation du service, y compris par sa manipulation, pouvant avoir un effet sur la santé publique et le bien-être physique et mental d'une personne¹³. À la date de publication de ce rapport, aucun des services désignés comme TGPL-TGMR n'est principalement établi en France.

¹⁰ Articles 15 (2), 19 et 29.

¹¹ Est néanmoins maintenue l'obligation de communiquer le nombre de ses destinataires actifs mensuels moyens au sein de l'UE (article 24 (3)).

¹² Cf. considérant (79) du RSN.

¹³ Cf. considérants (80) à (83) du RSN. La section 5 du chapitre III, « Obligations supplémentaires de gestion des risques systémiques imposées aux fournisseurs de très grandes plateformes en ligne et de très grands moteurs de recherche en ligne », détaille les obligations spécifiques aux TGPL-TGMR.

III. Les services intermédiaires français assujettis au RSN

a. Introduction : la démarche des services de l'Arcom.

L'Arcom a adopté une approche de l'entrée en application générale du RSN centrée sur la coopération.

À l'échelle européenne, l'Arcom échange quotidiennement avec les autres CSN européens et la Commission européenne. Ces discussions se tiennent notamment dans le cadre des réunions du Comité européen des services numériques (ou « *Board* ») et de 8 groupes de travail thématiques présidés par la Commission et vice-présidés par un CSN¹⁴.

À l'échelle nationale, l'Arcom assure d'une part la bonne coopération avec les autorités compétentes (la DGCCRF et la CNIL), et alimente d'autre part un dialogue nourri avec les autorités judiciaires et la société civile.

L'Arcom rencontre régulièrement les représentants des FSI déclarant être établis en France, dans une démarche d'accompagnement. Ces échanges prennent par exemple la forme d'entretiens bilatéraux et d'ateliers réunissant les fournisseurs de services en fonction de leur secteur d'activité ou autour de thématiques spécifiques¹⁵.

Les fédérations professionnelles, en ce qu'elles fédèrent une multitude d'acteurs assujettis au RSN, ont également été des relais importants pour accélérer les premières prises de contact et amplifier la portée des actions de communication et de pédagogie effectuées par l'Arcom¹⁶ (notamment, les éléments de pédagogie destinés aux fournisseurs de services assujettis au RSN publiés dans l'« Espace professionnel » de son site internet¹⁷).

Ces discussions ont permis de rappeler aux FSI leurs obligations et de répondre à leurs interrogations sur la mise en œuvre du règlement. Ce dialogue a alimenté le travail d'analyse de l'Arcom autour du règlement à l'aune de situations concrètes, en étroite collaboration avec les autres CSN et la Commission européenne.

b. Présentation de l'écosystème français des services intermédiaires et de leurs fournisseurs

Les services intermédiaires soumis à la supervision des autorités compétentes françaises, dont l'Arcom, sont ceux dont le fournisseur est établi, à titre principal¹⁸, en France au sein de l'UE ou dont le fournisseur, n'ayant pas d'établissement en UE, a désigné un représentant légal en France¹⁹.

¹⁴ Les procès-verbaux des réunions des différents sous-groupes sont publiés sur le site de la Commission européenne. Source : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/dsa-board-working-groups>.

¹⁵ L'Arcom a, par exemple, invité les FSI à un atelier dédié aux rapports de transparence et au règlement d'exécution adopté le 4 novembre 2024 par la Commission européenne sur le sujet.

¹⁶ Fédérations rencontrées : *Alliance Digitale*, *Fédération du e-commerce et de la vente à distance* (FEVAD), *France Digitale*, *Fédération Française des Télécoms* (FFT), *Numeum* et le *Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs* (SELL).

¹⁷ Cf. section « *Je suis professionnel de l'Internet et des réseaux sociaux* », <https://www.arcom.fr/espace-professionnel>

¹⁸ Le considérant 123 précise : « l'établissement principal du fournisseur de services intermédiaires, c'est-à-dire dans lequel le fournisseur a son administration centrale ou son siège statutaire au sein duquel sont exercés les principales fonctions financières ainsi que le contrôle opérationnel »

¹⁹ La compétence de l'Arcom peut également s'appliquer à un FSI qui n'a ni établissement principal ni représentant légal au sein de l'UE, dans les conditions prévues à l'article 56 (7) du RSN.

L'Arcom a recensé, à date, environ 220 fournisseurs de services intermédiaires vraisemblablement (i) assujettis au RSN et (ii) principalement établis sur le territoire national. Cependant, la France compte probablement plusieurs centaines de services assujettis à ce règlement. Parmi eux, les plateformes en ligne se distinguent par leur hétérogénéité en matière de taille, de fonctionnalités, de caractéristiques techniques, de cœur d'activité, de modèle d'affaires et de public notamment, et par conséquent par la diversité des risques auxquels elles sont confrontées en matière de diffusion des contenus illicites et préjudiciables.

1) Services d'hébergement « simple », de simple transport et de mise en cache

Au sein de la chaîne de valeur de l'internet, les premiers services concernés par le RSN sont la fourniture d'accès à internet (FAI), l'enregistrement de noms de domaine, les moteurs de recherche en ligne, l'hébergement de sites web, ainsi que l'informatique en nuage. Ces services étant complémentaires, il est fréquent qu'un même fournisseur propose simultanément des offres sur ces différents segments de marché. Ces fournisseurs ont généralement une spécialité parmi ces services, souvent liée à leur domaine d'activité historique.

Ainsi, en France, les principaux fournisseurs d'accès à internet sont [Orange](#), [SFR](#), [Free](#) et [Bouygues Telecom](#). Ils fournissent d'autres services assujettis au RSN (notamment de l'hébergement ou l'accès à un bureau d'enregistrement de noms de domaine), parfois à travers des filiales dédiées comme [Orange Business](#) pour [Orange](#) dans le cas de l'hébergement.

Certains fournisseurs de services d'hébergement, dont les principaux, [OVHcloud](#) et [Scaleway](#), disposent également de bureaux d'enregistrement de noms de domaine.

2) Plateformes en ligne (hors places de marché)

Cette catégorie recouvre une variété de services. Parmi eux, en France, se trouvent notamment de nombreuses places de marché en ligne, des réseaux sociaux, des forums, ainsi que des services de mise en relation spécialisés.

Les forums comme [Linternaute](#), [jeuxvidéo.com](#) et [Doctissimo](#) comptent parmi les plateformes assujetties au RSN, de même que celles de mise en relation dont [BlaBlaCar](#), [HomeExchange](#) ou [SeLogger](#). Certains jeux vidéo sont également considérés comme des plateformes en ligne, de même qu'[Hugging Face](#), plateforme de partage de contenus autour de l'IA (modèles, bases de données, etc.).

On trouve aussi des réseaux sociaux (ex. : [BeReal](#), [Yubo](#) ou [Wizz](#)) et des sites et applications de rencontres comme [Meetic](#) ou [happn](#). Ces services sont au cœur des préoccupations du RSN dans la mesure où ils sont, par nature, potentiellement très exposés aux risques de diffusion de contenus illicites ou préjudiciables.

3) Places de marché

Les places de marché, dans toute leur diversité²⁰, sont au moins assujetties au RSN en tant que plateformes en ligne.

Toutefois, les places de marchés « B2C »²¹ sont visées par des obligations supplémentaires spécifiques (articles 29 à 32 du RSN). Cette catégorie comprend des services allant de [Leboncoin](#) (place de marché française la plus visitée avec plus de 28 millions de visiteurs chaque mois en France au premier semestre 2025²²) à [MYM](#).

L'écosystème français des places de marché comprend des plateformes exclusivement en ligne (« *pure players* ») comme [Cdiscount](#), [Back Market](#), [ManoMano](#), [Veepee-Privalia](#), [Showroomprivé](#) et [Rakuten](#), mais aussi de nombreux distributeurs qui se sont diversifiés, comme des commerces de biens culturels et électroménagers (ex. : [Fnac](#), [Boulangier](#), [Darty](#), [Cultura](#)), de bricolage (ex. : [Leroy Merlin](#), [Castorama](#)) ou de mode et de décoration (ex. : [La Redoute](#), [BUT](#)). On y trouve également les activités de vente en ligne des enseignes historiques de la grande distribution, telles que les places de marché d'[E.Leclerc](#), [Carrefour](#) ou [Auchan](#).

Certaines plateformes permettant la conclusion d'un contrat entre un professionnel et un consommateur et la réalisation d'une prestation entièrement à distance (ex. : [Doctolib](#)) sont également concernées par les obligations visant les places de marchés B2C.

S'agissant des places de marchés en ligne, l'Arcom travaille en étroite collaboration avec la DGCCRF, qui est responsable de la supervision des obligations qui leur sont spécifiques²³.

²⁰ Qu'elles mettent en relation des utilisateurs professionnels uniquement (« B2B »), des utilisateurs consommateurs uniquement (« C2C »), des professionnels avec des consommateurs (« B2C ») ou un mélange de ces possibilités.

²¹ « Plateformes en ligne permettant aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec des professionnels » dans le règlement.

²² Source : données Médiamétrie, mesure automatique réalisée via un « *meter* » installé sur les différents supports de consommation d'internet des panélistes.

²³ Voir note 2.

IV. Analyse des rapports de transparence

Notes de lecture

- Les articles 15 et 24 (1)²⁴ du RSN instaurent l'obligation de publication d'un rapport de transparence annuel détaillant les activités de modération auxquelles le fournisseur s'est livré durant la période considérée.
- Ils ne sont pas applicables aux microentreprises et petites entreprises²⁵.
- Les FSI ne sont pas tenus de transmettre leur rapport de transparence à l'Arcom. L'Arcom a ainsi pris en compte ceux dont elle avait connaissance, sans garantie d'exhaustivité²⁶.
- Les données analysées ci-après concernent une période comprise entre le 1^{er} janvier 2024 et le 17 avril 2025, avec des différences entre les FSI en fonction des choix effectués par chacun.
- En effet, aux termes du règlement d'exécution de la Commission européenne²⁷ :
 - La période couverte par le rapport de transparence de la première année pouvait s'étendre jusqu'au 16 février 2025, et sa publication était possible jusqu'au 16 avril 2025.
 - **La période couverte par le deuxième rapport de transparence commence le lendemain du jour marquant la fin de celle couverte par le premier rapport et s'arrête obligatoirement le 31 décembre 2025. Sa publication doit intervenir dans un délai de deux mois à compter du 31 décembre 2025.**

a. Les rapports de transparence analysés par l'Arcom

Afin d'élaborer ce rapport, l'Arcom a analysé les rapports de transparence de 49 entités qui sont vraisemblablement établies en France à titre principal et assujetties au RSN, dont elle a pris connaissance grâce à un exercice de veille et l'envoi dudit rapport par certains FSI. Il s'agit de :

²⁴ Le paragraphe 1 de l'article 24 prévoit que les fournisseurs de plateformes en ligne publient, en plus des informations visées à l'article 15, des informations relatives aux litiges transmis aux organes de règlement extrajudiciaire des litiges (cf. art. 21 RSN) et aux mesures de lutte contre les utilisations abusives du service (cf. art. 23 RSN).

²⁵ Sauf TGPL ; cf. paragraphe (2) de l'article 15 et article 19 du RSN.

²⁶ Les FSI qui le souhaitent peuvent communiquer leur rapport de transparence à l'adresse électronique suivante : professionnels-dsa@arcom.fr.

²⁷ Règlement d'exécution (UE) 2024/2835 de la Commission européenne du 4 novembre 2024. Cf. annexe n°1 et <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/library/implementing-regulation-laying-down-templates-concerning-transparency-reporting-obligations> et https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835

Plateformes en ligne	Autres services intermédiaires
<i>Auchan, BlaBlaCar, BMW France, Boulanger²⁸, Comment Ça Marche, Cdiscount, Dailymotion, Darty, Deezer²⁹, Doctolib, E.Leclerc, Fnac, happn, HomeExchange, Hugging Face, jeuxvideo.com, Journal des Femmes, La Redoute, Leboncoin, Leroy Merlin, Linternaute, Malt, ManoMano, Meetic, MYM, Orange, Planity, Rakuten, Se Loger, Showroomprivé, TheFork, Ubisoft, Veepee - Privalia, Vestiaire Collective, Wizz, Yubo, Yves Rocher, 750g.</i>	<i>Afnic, Bandai Namco, Free, Ikoula, Napsis, Orange, OVHcloud, Platform.sh, Scaleway, Sewan, SFR³⁰, Ubisoft.</i>

L'Arcom rappelle que l'obligation de mise à disposition du public de manière aisément accessible du rapport annuel de transparence est une obligation pour tous les FSI (article 15 du RSN) et, à cet égard, regrette l'absence de publication d'un rapport de transparence avant la date limite par certains FSI français :

Liste non exhaustive de services français pour lesquels les services de l'Arcom ont été dans l'incapacité de trouver un rapport de transparence RSN³¹

Plateformes en ligne	Autres services intermédiaires
<i>AlloCiné, AuFéminin, BUT, Castorama, Cultura, DHgate, Doctissimo, Mappy, Marmiton.</i>	<i>Bouygues Telecom, Qwant.</i>

L'audience en France des plateformes en ligne analysées³²

Les plateformes en ligne analysées dans ce rapport totalisent, en cumulé, au moins 273 millions de visiteurs mensuels en France entre juin 2024 et mai 2025. Cela correspond à une moyenne de 8,5 millions de visiteurs par service chaque mois³³. Si l'on considère leur audience globale dédoublée, tous services confondus, ces mêmes plateformes en ligne cumulent près de 50 millions de visiteurs uniques, ce qui correspond à environ 87 % des internautes français et plus de 75 % de la population française³⁴.

²⁸ *Boulanger* et *SFR* n'avaient pas publié leur rapport de transparence avant le délai imparti, mais l'ont transmis aux services de l'Arcom. Par exception et au vu du caractère inédit de l'exercice, ceux-ci ont été intégrés à l'analyse.

²⁹ La qualification de *Deezer* en tant que plateforme en ligne au titre du RSN reste à confirmer.

³⁰ Voir note de bas de page n°28.

³¹ *Bouygues Telecom* a transmis aux services de l'Arcom et publié son rapport de transparence avec un retard conséquent qui a empêché son intégration à l'analyse développée ci-après ; les services de l'Arcom ont été dans l'incapacité de trouver ceux des services également mentionnés ici.

³² Source : « Audience Internet Global – France – Janvier 2024 à Mai 2025 » de Médiamétrie pour l'Arcom.

Les données présentées dans cet encadré sont des minimums dans la mesure où :

- certains services ne sont peu voire pas utilisés par l'intermédiaire de leur interface en ligne, seule modalité d'accès prise en compte par ces données d'audience (ex. : jeu vidéo utilisé par l'intermédiaire d'une application installée sur un ordinateur) ;
- les audiences de certains services n'ont pas pu être prises en compte en raison de la méthodologie d'estimation de Médiamétrie, qui ne s'applique qu'aux services suffisamment visités par le panel.

³³ Moyenne calculée en tenant uniquement compte des plateformes en ligne pour lesquelles l'Arcom dispose de plusieurs audiences mensuelles sur la période concernée.

³⁴ La population considérée n'inclut que les individus âgés de 2 ans et plus.

L'Arcom appelle l'attention des FSI sur le soin qu'il convient d'apporter aux modalités techniques de mise à disposition au public de ces rapports de transparence. En effet, ayant constaté certains problèmes d'ordre technique entravant leur mise à disposition au public, les services de l'Arcom en ont alerté les FSI concernés pour correction. Malgré cela, le rapport de transparence d'[HomeExchange](#) est, par exemple, resté en ligne pendant un certain temps dans un format propriétaire faiblement interopérable.

Le format libre pour ce premier exercice complexifie l'analyse des rapports de transparence et particulièrement la comparaison des données entre fournisseurs. Une reconstitution des données a parfois été nécessaire pour aboutir à une base comparable entre les services, et ce pour différentes raisons : distinction du nombre de notifications reçues en fonction du notifiant (ex. : [MYM](#)) ou du motif visé (ex. : [Vestiaire Collective](#), [ManoMano](#)), découpage temporel du rapport (ex. : [Yubo](#)³⁵), absence de lignes dédiées aux totaux (ex. : [Doctolib](#), [Happn](#), [Malt](#), [Auchan](#), [OVHcloud](#), [Hugging Face](#)), etc.

Le rapport de [Leboncoin](#) – un document au format PDF de 815 pages – se distingue par son caractère particulièrement peu exploitable. Dans une moindre mesure, le caractère « *clair et facilement compréhensible* »³⁶ de celui d'[E.Leclerc](#) (un document au format PDF de 81 pages) est également contestable. Enfin, certains fournisseurs n'ont pas distingué les données pour chaque service intermédiaire qu'ils fournissent. Outre la complexification de l'analyse qu'elles induisent, de telles pratiques nuisent à la transparence sur l'activité de modération.

À la lumière de l'ensemble de ces observations, l'Arcom se félicite de l'adoption du règlement d'exécution de la Commission³⁷ qui harmonise, de manière obligatoire, le fond et la forme des rapports, et ce dès le prochain exercice. Il prévoit notamment que les FSI devront s'appuyer sur les modèles prévus par le règlement en format CSV³⁸ et que « *Les fournisseurs de services intermédiaires [...] doivent publier un rapport de transparence [...] pour chaque service qu'ils proposent* »³⁹.

Enfin, l'analyse de ces rapports révèle des écarts d'appréciation entre l'analyse faite par certains fournisseurs et celle de l'Arcom s'agissant des services rentrant effectivement dans le champ d'application du RSN et de la catégorie de services intermédiaires. Ces écarts devront être étudiés plus en détail, dans un dialogue entre le fournisseur et l'Arcom.

b. Moyens dédiés à la modération : description des moyens automatisés et moyens humains (formation et assistance)

1) Description qualitative de l'activité de modération

L'Arcom s'étonne de l'absence d'informations exploitables en matière de description qualitative de l'activité de modération dans les rapports de [Veepee-Privalia](#), [Doctolib](#), [750g](#), [ManoMano](#), [Scaleway](#), [SFR](#), [Linternaute](#), [Platform.sh](#), [Deezer](#), [Free](#), [BMW](#), [Bandai Namco](#), [E.Leclerc](#), [HomeExchange](#), [La Redoute](#) et [Meetic](#)⁴⁰, alors même qu'il s'agit d'une obligation pour tous les FSI⁴¹.

³⁵ Les données semestrielles ont été agrégées par l'Arcom afin d'aboutir à une base annuelle.

³⁶ Article 15 (1) du RSN.

³⁷ Cf. note 26.

³⁸ Cf. page 4 de l'annexe II du règlement d'exécution (version en anglais).

³⁹ Cf. page 26 de l'annexe II, partie 1 du règlement d'exécution.

⁴⁰ Dans le rapport de [Meetic](#), inspiré du modèle de la Commission, l'onglet dédié a même été supprimé.

⁴¹ e) du paragraphe (1) de l'article 15

À l'inverse, [Leboncoin](#), [BlaBlaCar](#) et [Ubisoft](#), et dans une moindre mesure [Wizz](#), [Yubo](#), [jeuxvideo.com](#), [Rakuten](#), et [Hugging Face](#), décrivent de manière qualitative leur activité de modération. L'Arcom relève en outre une bonne pratique de [Malt](#) qui, en complément des informations apportées dans ses CGU⁴², publie une page dédiée à l'explication de sa démarche de modération.

Sur la très grande majorité des plateformes en ligne analysées, l'activité de modération est à la fois proactive (ex. : algorithmes de détection de mots-clés) et réactive (ex. : traitement des notifications émises par les utilisateurs).

2) Recours à des outils automatisés pour la modération : description des moyens et résultats

L'utilisation de moyens automatisés à des fins de modération est autorisée ; le fournisseur doit toutefois informer de cette utilisation l'utilisateur affecté par une décision de modération prise à l'aide de tels moyens, par l'intermédiaire de l'exposé des motifs qu'il lui envoie⁴³. En outre, les décisions prises à la suite d'une réclamation soumise par l'intermédiaire du système interne de traitement des réclamations, à l'encontre d'une décision de modération du fournisseur, doivent l'être « *sous le contrôle de collaborateurs dûment qualifiés, et pas uniquement par des moyens automatisés* »⁴⁴.

Le recours à la modération automatique vise à renforcer l'efficacité et la réactivité des dispositifs de contrôle des contenus. Elle permet la détection de contenus potentiellement illicites ou contraires aux CGU, voire, dans des cas ne nécessitant pas un examen humain, la prise de décisions de modération instantanées, notamment des mesures de suspensions temporaires. Les méthodes de modération automatisée peuvent également intervenir en amont, par une validation des contenus avant ou au moment même de leur publication, notamment pour éviter la republication de contenus déjà modérés (ex. : [Dailymotion](#) utilise un système de « *hash* »⁴⁵ à cet effet).

i. Description des moyens automatisés

Le RSN demande aux FSI de décrire dans leur rapport les moyens automatisés qu'ils utilisent à des fins de modération. Ils doivent notamment fournir dans leur rapport, d'une part, une description qualitative de ces moyens et, d'autre part, des indicateurs de la précision et du taux d'erreur possible de ces moyens.

S'agissant de la description qualitative, les entreprises indiquent recourir à des outils intégrant de l'intelligence artificielle (ex. : [BlaBlaCar](#), [Vestiaire Collective](#), [Dailymotion](#) et [Ubisoft](#)), complétés par des dispositifs plus classiques comme l'utilisation de listes noires de caractères, d'URL ou de noms de domaine — une pratique largement répandue, notamment sur [jeuxvideo.com](#) ou [Malt](#). [Wizz](#), dont le rapport est particulièrement détaillé en la matière, indique que l'utilisation d'outils spécialisés lui permet d'être nettement plus réactive que si sa démarche de modération reposait uniquement sur des modérateurs humains⁴⁶.

⁴² Conformément à l'article 14 du RSN.

⁴³ Article 17 (3) c).

⁴⁴ Article 20 (6).

⁴⁵ Technologie permettant de créer une « empreinte digitale » permettant d'éviter la réapparition d'un contenu identifié et marqué au sein d'une plateforme (source : rapport de transparence de [Dailymotion](#)).

⁴⁶ [Wizz](#) mentionne notamment Bodyguard, Hive, Sightengine et TwoHat.

En revanche, contrairement à la majorité des rapports analysés, ceux des services suivants ne décrivent pas les moyens automatisés de modération auquel leur fournisseur a recours : [Auchan](#), [OVHcloud](#) et [Comment Ça Marche / Journal des Femmes / Linternaute](#) (Groupe Figaro). De même, l'onglet dédié à la description qualitative de l'activité de modération a été supprimé du rapport de [Meetic](#). Enfin, la déclaration d'une valeur nulle ou l'absence de déclaration d'une valeur s'agissant de l'indicateur dédié au traitement automatisé des notifications, couplée à l'absence de toute description qualitative, ne permet pas de déterminer si le fournisseur a recours ou non à des outils automatisés (ex. : [happn](#), [Leroy Merlin](#), [Veepee - Privalia](#), [ManoMano](#) et [750g](#)).

D'un point de vue méthodologique, l'analyse des descriptions des outils automatisés est complexe car les informations, quand elles sont présentes, sont insérées à des endroits différents selon les rapports, et les FSI ne décrivent pas tous, de manière qualitative, les mêmes aspects et items de leurs activités de modération. L'utilisation obligatoire du modèle de rapport de la Commission devrait pallier cette difficulté à l'avenir.

S'agissant ensuite de la fourniture d'indicateurs de précision et de taux d'erreur, seuls 5 fournisseurs ([Se Loger](#), [Ubisoft](#), [Orange](#), [TheFork](#) et [Vestiaire Collective](#)) ont publié des valeurs. Pour faciliter la compréhension, l'Arcom encourage les FSI à accompagner la publication de ces données quantitatives par celle d'informations qualitatives relatives à la méthodologie de calcul de ces indicateurs, à l'instar de ce que présentent le rapport de [Se Loger](#) et d'[Ubisoft](#) par exemple.

La méthodologie de calcul de ces indicateurs a suscité des interrogations pour certains fournisseurs. Si quelques-uns, mentionnés ci-dessus, ont proposé une méthodologie dès cette première édition, l'Arcom s'étonne de l'explication avancée par d'autres pour justifier l'absence d'informations (ex. : [Rakuten](#)⁴⁷).

ii. Quels usages les fournisseurs font-ils des moyens automatisés dans les activités de modération ?

La plupart des fournisseurs utilisant des moyens automatisés le font principalement pour la modération d'initiative propre⁴⁸ (ex. : [BlaBlaCar](#), [Rakuten](#), [Veepee - Privalia](#), [TheFork](#), [Dailymotion](#), [Hugging Face](#) et [Ubisoft](#)), pour détecter :

- les contenus illicites :
 - Détection entièrement automatisée (ex. : [Ubisoft](#), [Wizz](#), [Leroy Merlin](#)) ;
 - Détection entièrement automatisée dans certains cas, détection humaine dans d'autres (ex. : [Se Loger](#), [Orange](#), [Cdiscount](#), [Yubo](#), [Vestiaire Collective](#)) ;
- et/ou les contenus incompatibles avec leurs conditions générales :
 - Détection entièrement automatisée (ex. : [Wizz](#), [Auchan](#), [Yves Rocher](#)⁴⁹) ;
 - Détection entièrement automatisée dans certains cas, détection humaine dans d'autres (ex. : [Rakuten](#), [BlaBlaCar](#), [TheFork](#), [Meetic](#), [Dailymotion](#), [Hugging Face](#), [La Redoute](#), [Cdiscount](#), [Vestiaire Collective](#) et [Orange](#)).

⁴⁷ « Certaines lignes dans les feuilles manquantes, notamment en ce qui concerne les mesures automatisées, nécessitent selon nous légèrement plus d'explications afin d'être exploitées de la meilleure des manières. » (p.33).

[https://fr.shopping.rakuten.com/cdn/legal/DSA/Rapport_Transparence_1_v1/RAKUTEN_FRANCE_RAPPORT_TR](https://fr.shopping.rakuten.com/cdn/legal/DSA/Rapport_Transparence_1_v1/RAKUTEN_FRANCE_RAPPORT_TRANS-PARENCE_2025.pdf)
[ANS-PARENCE_2025.pdf](https://fr.shopping.rakuten.com/cdn/legal/DSA/Rapport_Transparence_1_v1/RAKUTEN_FRANCE_RAPPORT_TRANS-PARENCE_2025.pdf)

⁴⁸ Selon le règlement d'exécution du 4 novembre 2024, « L'expression « de sa propre initiative » signifie que la décision d'imposer une restriction à un compte ou à un certain contenu n'a pas été précédée d'une injonction d'une autorité d'un État membre ou d'une notification soumise via un mécanisme de notification et d'action tel que visé à l'article 16 du règlement (UE) 2022/2065. »

⁴⁹ [Yves Rocher](#) ne déclare toutefois qu'une seule action de modération volontaire sur la base de l'incompatibilité du contenu avec les CGU au cours de la période concernée.

Certains recourent à des outils automatisés pour traiter les notifications reçues. Dans ce domaine, *OVHcloud* et *Ubisoft* se distinguent par l'ampleur des méthodes employées. Pour *OVHcloud*, c'est par exemple le cas pour près de 50 % des 96 075 notifications reçues pour *phishing*⁵⁰ et pour près de 43 % des 794 377 notifications reçues pour atteintes aux droits de la propriété intellectuelle. Pour *Ubisoft*, c'est par exemple le cas des 15 031 « mises en sourdine »⁵¹ pour « discours illégal ou nuisible ». Les autres fournisseurs ne traitent vraisemblablement aucune notification de manière automatisée uniquement.

En termes de types de contenus, la modération automatique s'applique principalement aux contenus générés par les utilisateurs, tels que les annonces publiées sur les réseaux sociaux (ex. : *Yubo* et *Meetic*) et les places de marché (*Rakuten*, *Malt* et *Leboncoin*) et les commentaires et avis (*Fnac*, *Darty* et le *Journal des Femmes*).

De manière générale, parmi les entreprises ayant opté pour des systèmes automatisés, les volumes de décisions prises sans aucune intervention humaine sont significatifs, comme en témoignent les exemples ci-dessous :

**Nombre et prévalence des décisions de modération prises
par des moyens automatisés sur la période**

	Nombre de décisions prises par des moyens automatisés	Part sur le total des décisions prises
<i>Dailymotion</i>	423 134	16 %
<i>Darty</i>	167 854	72 %
<i>Meetic</i>	Près de 4 millions	Environ 50 %
<i>Se Loger</i>	391 087	86 %
<i>TheFork</i>	163 785	30 %
<i>Ubisoft</i>	16 212 753	100 % des décisions d'initiative propre portant sur la modération du chat textuel et les noms d'utilisateur

Source : Arcom sur la base des rapports de transparence

3) Les personnes chargées de la modération des contenus et leur accompagnement

La formation continue des équipes de modération est une pratique répandue (ex. : *Dailymotion*, *Doctolib*, *Vestiaire Collective*, *Yubo* et *MYM*).

Les équipes de modération de certains services (ex. : *Cdiscount*, *Vestiaire Collective* et *MYM*) peuvent compter sur l'assistance d'une équipe juridique afin de traiter les cas particulièrement complexes. Certains fournisseurs proposent en outre des modules de formation des modérateurs dédiés au RSN (ex. : *Leboncoin*, *Malt*).

Elles peuvent aussi (ex. : *Cdiscount*) bénéficier du support d'une équipe technique. Certains rapports (ex. : *Ubisoft*, *Dailymotion*) indiquent, quant à eux, que les retours d'expérience des modérateurs sont pris en compte de manière très régulière afin d'améliorer les outils dont ils disposent.

⁵⁰ Définition proposée par *OVHcloud* : « L'hameçonnage (ou *phishing* en anglais) est une technique frauduleuse destinée à leurrer l'internaute pour l'inciter à communiquer des données personnelles (comptes d'accès, mots de passe, etc...) et/ou bancaires en se faisant passer pour un tiers ou un site de confiance. ».

Source : https://help.ovhcloud.com/csm/fr-account-scams-fraud-phishing?id=kb_article_view&sysparm_article=KB0043069

⁵¹ L'Arcom aurait apprécié que le fournisseur explique en quoi consiste cette action de modération.

De nombreux rapports font état d'une logique d'amélioration continue en matière de formation et d'assistance. Certains fournisseurs (ex. : *Doctolib*, *Happn* et *Yubo*) évaluent de façon régulière (hebdomadaire voire quotidienne) les décisions prises par leurs équipes de modération.

Par ailleurs, en raison de la nature particulière et sensible de leur mission, certains services (ex. : *Dailymotion*, *Yubo*) permettent à leurs modérateurs d'accéder à un soutien psychologique.

Enfin, il convient de souligner que le document d'accompagnement du rapport de transparence de *Leboncoin* est particulièrement complet s'agissant des informations relatives à cet indicateur de formation et d'assistance des équipes de modération⁵².

À l'inverse, en l'absence d'informations contextuelles à ce sujet, l'Arcom s'étonne que *Boulanger* déclare que cet indicateur ne lui est pas applicable, alors même que le service est assujéti à l'article 15 du RSN.

Enfin, alors même qu'il ne s'agit pas d'une obligation pour les services intermédiaires non TGPL-TGMR, les rapports de certains services ont fait preuve d'une transparence remarquable en indiquant le nombre – voire même parfois la répartition géographique – des ressources humaines en charge de l'activité de modération (ex. : 102 modérateurs humains pour *Leboncoin* dont 18 en France, 20 modérateurs pour *happn*, 6 personnes dans l'équipe de modération de *HomeExchange*, 17 agents externes dédiés au traitement des notifications et réclamations pour *Wizz* et 12 modérateurs externes pour *MYM*).

c. Coopération avec les autorités publiques

Le RSN distingue, parmi les injonctions adressées aux FSI par les autorités administratives et judiciaires sur la base du droit national ou de l'Union, les injonctions d'agir contre les contenus illicites (art.9) et les injonctions de fournir des informations sur un destinataire du service (art.10). Les FSI sont tenus à des obligations de coopération avec ces autorités.

1) Sur le nombre d'injonctions reçues par les FSI

Le nombre d'injonctions reçues est particulièrement important chez les FAI. À titre d'exemple, *Orange* fait état de centaines d'injonctions d'agir portant sur des milliers de contenus (qui correspondent principalement à des demandes de blocage DNS⁵³ de sites et pages web) et de 52 demandes d'informations portant sur 255 169 éléments.

Le nombre d'injonctions reçues par les autres services intermédiaires est très variable. Près de la moitié des rapports ne font ainsi état d'aucune injonction reçue.

⁵² Cf. https://img.leboncoin.fr/api/v1/lbcpb2/documents/transparency_report-cover_page-FR_version.pdf?rule=cms_pdf

⁵³ Méthode qui permet de restreindre l'accès à n'importe quel site depuis une connexion internet depuis la France, notamment utilisée dans le cadre de la lutte contre le piratage sportif.

La répartition entre injonctions d'agir et injonctions de fournir des informations varie également, mais les injonctions de fournir des informations sont largement majoritaires :

- les services de rencontres [Meetic](#) et [happn](#) sont exclusivement confrontés à des injonctions de fournir des informations⁵⁴, et ce dans le cadre d'enquêtes pour fraude, arnaque ou usurpation d'identité notamment ;
- des forums en ligne comme [jeuxvideo.com](#) : aucune injonction d'agir sur 130 injonctions reçues ;
- des places de marché en ligne comme [Vestiaire Collective](#) : aucune injonction d'agir sur 55 injonctions reçues, ou [Rakuten](#) : 3 injonctions d'agir sur 147 reçues ;
- des plateformes de mise en relation dans des domaines variés, à l'image de [BlaBlaCar](#) : aucune injonction d'agir sur 1 516 injonctions reçues ou [Se Loger](#) : 2 sur 36 ;
- des plateformes de partage de vidéos comme [Dailymotion](#) : aucune injonction d'agir sur 51 reçues.

S'il convient de garder en tête le caractère inédit de l'exercice et de hiérarchiser les manquements à cette obligation de transparence, l'analyse de cette première section fait émerger les remarques suivantes.

En premier lieu, l'article 15 du RSN prévoit que toutes les injonctions reçues par les fournisseurs de services intermédiaires figurent au sein du rapport, y compris, mais pas exclusivement, les injonctions respectant les conditions établies par les articles 9 et 10 du RSN. Or, certains FSI n'ont pas distingué au sein de leur rapport les injonctions d'agir contre des contenus illicites des injonctions de fournir des informations ([ManoMano](#), [Cdiscount](#), [OVHcloud](#)). D'autres n'ont inclus qu'une partie des injonctions attendues, injonctions d'agir ou de fournir des informations, sans que l'on puisse s'assurer qu'il s'agisse de l'intégralité des injonctions reçues ([Veepee - Privalia](#), [MYM](#), [Showroomprivé](#), [Fnac](#), [Darty](#), [Hugging Face](#), [Yubo](#), [Ubisoft](#)). En effet, en l'absence totale de données chiffrées sur l'un ou l'autre des types d'injonctions, il n'est pas possible de déterminer, à la seule lecture de son rapport de transparence, si le fournisseur n'a reçu aucune injonction de ce type sur la période considérée ou s'il a omis d'en rendre compte.

Certains rapports comprennent des données parcellaires. Par exemple, [Doctolib](#) se limite aux injonctions reçues « *via le point de contact art. 11* » et exclut, par conséquent, les injonctions potentiellement reçues par d'autres biais. D'autres fournisseurs ont inclus des données allant au-delà du périmètre géographique normalement couvert par le rapport, notamment des informations relatives aux injonctions venant d'autorités établies hors UE, au Royaume-Uni ([ManoMano](#)) ou aux États-Unis ([Yubo](#)).

De manière générale, l'Arcom invite les FSI à fournir un maximum d'informations contextuelles, au sein du rapport ou à l'Arcom, à propos des injonctions incluses dans les rapports, de leur forme ou encore des modalités de transmission empruntées par les autorités pour les adresser au FSI, à des fins de transparence sur l'utilisation effective de ces dispositifs.⁵⁵

⁵⁴ Aucune injonction d'agir pour [happn](#) et [Meetic](#) contre 41 « *réquisitions légales* » pour [happn](#) et 106 injonctions de fournir des informations pour [Meetic](#).

⁵⁵ Le modèle de rapport publié par la Commission européenne prévoit une catégorie 16, « Type de contenu illicite non spécifié par l'autorité publique » pour les cas où un FSI ne disposerait pas, ou ne pourrait pas publier, certaines informations.

2) Sur le classement par type de contenu des injonctions reçues par les FSI

Parmi les rapports où figurent les types de contenus visés par les injonctions, on trouve une certaine cohérence en fonction du domaine d'activité du service concerné.

S'agissant des injonctions (tous types confondus) :

- Du côté des FAI (*Orange*, *SFR* et *Free*), elles ont ciblé plus de 4 000 éléments portant atteinte à la propriété intellectuelle. Cela représente systématiquement la majorité des contenus visés par des injonctions auprès des FAI.
- Dans le cas des places de marché en ligne, elles ont principalement eu pour objet de solliciter le retrait de contenus liés à des produits non conformes et/ou dangereux (*Rakuten*, *Cdiscount*) ou des escroqueries (*Se Loger*).
- Les injonctions adressées aux réseaux sociaux portent davantage sur des arnaques, de la cyberviolence et des contenus illicites liés à la protection des mineurs ou aux violences sexistes et sexuelles (*Yubo*, *Meetic*, *Happn*, *Wizz*).

Les injonctions de fournir des informations concernent généralement des données portant sur des comptes utilisateurs, notamment dans le but d'identifier le destinataire.

Certains fournisseurs n'ont, en revanche, pas classé les injonctions reçues par type de contenu illicite, comme le prévoit l'article 15 du RSN. Cette absence est parfois justifiée dans les rapports par l'absence d'indication de la part de l'autorité judiciaire ou administrative émettrice de l'injonction. De même, des catégories de motifs « autres », « inconnu » ou « non spécifié » sont utilisées dans certains rapports et comprennent parfois la majorité des injonctions.

3) Sur les États membres d'émission des injonctions reçues par les FSI

La France est le pays le plus représenté dans les rapports qui font figurer l'État membre émetteur de l'injonction, sauf pour *Ubisoft* (27 injonctions sur 31 reçues au total provenaient d'Allemagne).

La Belgique et les autres pays francophones de l'UE apparaissent également régulièrement, de même que les pays frontaliers comme l'Allemagne et l'Espagne.

4) Sur les délais pour accuser réception et donner suite aux injonctions reçues par les FSI

Le RSN prévoit que les FSI soient transparents sur le délai médian nécessaire (i) pour accuser réception de l'injonction auprès de l'autorité émettrice et (ii) pour y donner suite.

S'agissant des accusés de réception, certains FSI n'en envoient pas aux autorités émettrices à la réception d'une injonction. Ils justifient cette absence par le caractère automatique et instantané du traitement de certaines injonctions (auquel cas le délai d'accusé de réception et celui de traitement de l'injonction sont identiques) ou par le fonctionnement actuel des services et des usages en vigueur. En effet, certains rapports précisent que les autorités émettrices d'injonctions ne demandent pas d'accusé de réception et que le cadre légal dans lequel elles le font n'en prévoit pas (ce qui peut en effet être le cas lorsque l'autorité ne s'inscrit pas dans le cadre des articles 9 et 10 du RSN).

En matière de délai, pour certains FSI, l'accusé de réception est instantané ([Yubo](#), [E.Leclerc](#), [Dailymotion](#)), notamment quand il est automatisé ([BlaBlaCar](#) par exemple).

S'agissant du traitement des injonctions, les délais médians sont variables, allant de l'instantanéité ou quelques heures pour certains FAI ([SFR](#) et [Orange](#)) et plateformes en ligne ([jeuxvideo.com](#), [BlaBlaCar](#), [Wizz](#), [Planity](#), [Dailymotion](#), [Yubo](#)) à plus d'une semaine pour d'autres ([happn](#) et [Meetic](#) notamment).

[E.Leclerc](#) se distingue par des délais de traitement particulièrement élevés (2 621 heures, soit 109 jours, pour les deux injonctions d'agir et 541 heures, soit 22 jours, pour les trois injonctions de fournir des informations déclarées), qui interrogent au regard des données des autres rapports, sans qu'il soit possible d'en tirer des conclusions sans avoir connaissance des cas d'espèce.

d. Les activités de modération en 2024

1) Actions prises sur signalement

- i. Sur le nombre de signalements reçus (y compris soumis par des signaleurs de confiance)

Rappel sur l'article 16 du RSN

L'article 16 prévoit que « les fournisseurs de services d'hébergement mettent en place des mécanismes permettant à tout particulier ou à toute entité de leur signaler la présence au sein de leur service d'éléments d'information spécifiques que le particulier ou l'entité considère comme du contenu illicite. Ces mécanismes sont faciles d'accès et d'utilisation et permettent la soumission de notifications exclusivement par voie électronique. » (Nous soulignons).

Un certain nombre de FSI déclare avoir reçu un faible nombre de notifications⁵⁶ via le dispositif prévu par l'article 16 du RSN, que le fournisseur considère le service comme une plateforme en ligne ([Yves Rocher](#), [750g](#), [Malt](#), [Veepee - Privalia](#), [Showroomprivé](#), [Planity](#), [Darty](#), [La Redoute](#), [Auchan](#), [E.Leclerc](#), [Leroy Merlin](#), [Boulangier](#), [Meetic](#), [Linternaute](#) et [Journal des Femmes](#)) ou un autre type de service intermédiaire ([Deezer](#), [Konami](#), [Platform.sh](#)). Ces faibles niveaux pourraient s'expliquer par différents facteurs potentiels : faible prévalence des contenus illicites sur le service, mais aussi faible accessibilité ou difficultés d'utilisation du dispositif de notification mis en place sur le service.

S'agissant des services intermédiaires hors plateformes en ligne ayant déclaré des valeurs significatives, se trouvent notamment [OVHcloud](#) (923 765 notifications reçues), [Scaleway](#) (2 307) et [Free](#) (1 334).

Les plateformes en ligne hors places de marché sont les services intermédiaires pour lesquels les valeurs déclarées sont les plus importantes. En résumé, on retrouve :

- Parmi les « réseaux sociaux » : [Dailymotion](#) (197 312 notifications portant sur 1 251 552 éléments), [happn](#) (1 007 581 notifications), [Yubo](#) (724 628), [Wizz](#) (197 310) et [MYM](#) (3 405) ;

⁵⁶ Moins de 550 sur une période d'au moins 10 mois et demi.

- Parmi les plateformes de mise en relation : [BlaBlaCar](#) (223 946 notifications), [Se Loger](#) (110 070), [HomeExchange](#) (2 042) ;
- Parmi les forums : [jeuxvideo.com](#) (351 255 notifications), [Hugging Face](#) (5 236), [Comment Ça Marche](#) (4 239).
- Autres types de plateformes : [Ubisoft](#) (14 029 notifications⁵⁷).

Les places de marché B2C se distinguent, quant à elles, par des nombres peu élevés en la matière, eu égard à leur audience notamment. C'est par exemple le cas de [Darty](#) (90 notifications portant sur 138 éléments), [Rakuten](#) (347 notifications sur 5 715 éléments), la [Fnac](#) (363 notifications sur 428 éléments), [Cdiscount](#) (3 864 notifications) ou [TheFork](#) (8 471).

L'importance des écarts sur des plateformes en ligne *a priori* similaires ou concurrentes, notamment les chiffres bas sur certaines de celles qui sont particulièrement fréquentées, interrogent sur les explications sous-jacentes : divergence des comportements des utilisateurs ou de la démarche de modération des fournisseurs ? défaut de comptabilisation ? faible accessibilité et facilité d'utilisation du dispositif de signalement ? accessibilité ou non des contenus sans avoir besoin de se connecter à un compte utilisateur ? L'Arcom ne manquera pas d'approfondir ces interrogations dans le cadre de ses échanges avec les FSI en question.

Enfin, plusieurs fournisseurs ont mis en place des dispositifs de notification au titre de l'article 16 du RSN permettant de notifier plusieurs contenus *via* un unique signalement. Cette pratique semble particulièrement répandue sur les services de type place de marché B2C (ex. : le mécanisme de [Cdiscount](#) permet de signaler jusqu'à 100 liens « URL » par notification⁵⁸). C'est pourquoi l'indicateur du nombre de contenus (ou « éléments d'information spécifiques ») notifiés est tout aussi nécessaire que le nombre de notifications reçues afin d'avoir une vision précise de la prévalence des contenus signalés comme illicites sur le service.

L'Arcom déplore l'absence totale ou partielle, dans certains rapports, d'informations exploitables quant au nombre de notifications soumises conformément à l'article 16 du RSN. En particulier, comme évoqué précédemment, [Leboncoin](#) se distingue par un document – intitulé « données » – inexploitable et l'absence totale d'informations chiffrées à ce sujet dans le document d'accompagnement, et [Vestiaire Collective](#) par la publication de données chiffrées relatives aux notifications reçues pour infraction à la propriété intellectuelle uniquement.

En outre, dans un certain nombre de rapports, l'Arcom regrette :

- L'absence de nombre total de notifications reçues ([Auchan](#), [Doctolib](#), [Happn](#), [Hugging Face](#), [Malt](#), [ManoMano](#), [OVHcloud](#) et [Planity](#)), sa décomposition en fonction du notifiant ([MYM](#)⁵⁹) ou la différence inexpiquée entre le total et le détail par motif (ex. : [MYM](#), [E.Leclerc](#)⁶⁰).
- L'absence d'informations sur le motif des notifications ([BlaBlaCar](#), [Leroy Merlin](#), [Ubisoft](#), [Free](#), [Scaleway](#) et [750g](#)).

⁵⁷ Cette donnée concerne tous les services intermédiaires fournis par [Ubisoft](#) et pas uniquement ceux de type plateforme en ligne.

⁵⁸ Permettre à l'utilisateur de fournir l'emplacement électronique exact du contenu signalé est une obligation prévue par l'article 16 paragraphe (2) b) éclairé par le considérant (50) du RSN.

⁵⁹ Selon son rapport, [MYM](#) aurait reçu au cours de la période 2 236 notifications émanant d'« abonnés et utilisateurs » et 1 169 notifications émanant des « créateurs ».

⁶⁰ Selon son rapport, [E.Leclerc](#) aurait reçu au cours de la période un « total » de 64 notifications. Or, lorsque sont additionnées les différentes catégories de notifications déclarées, est obtenu un total de 42 notifications.

- L'imprécision de certains motifs de signalement, parfois très largement utilisés (ex. : 18,5 % des notifications sur [MYM](#) l'ont été via le motif « *Autre (à justifier dans la description)* », 46,5 % de celles sur [TheFork](#) sont répertoriées via l'intitulé keyword_other, 31 % de celles sur [Wizz](#), 41 % de celles sur [Meetic](#) et plus de la moitié de celles sur [Deezer](#) sont catégorisées via l'intitulé not_specified_notice).
- Des ambiguïtés relatives au périmètre géographique considéré ([ManoMano](#)).

L'Arcom invite les FSI à prendre en considération ces différentes remarques afin d'améliorer la qualité de leur rapport de transparence, et ce dès le prochain exercice.

ii. Sur le délai médian nécessaire pour entreprendre une action

Rappels juridiques

- Les notifications soumises par le biais du dispositif prévu à l'article 16 doivent faire l'objet d'un traitement et d'une prise de décision « *en temps opportun* » et « *de manière diligente* » (article 16 paragraphe (6)).
- Pour les données recueillies à partir du 1^{er} juillet 2025 : « *Tous les indicateurs de délai médian doivent être indiqués en heures* »⁶¹.

Cette donnée revêt souvent un format hétérogène : les fournisseurs le déclarent le plus fréquemment en heures, mais certains le publient en minutes, en jours, en secondes voire même en mois. Au sein des rapports analysés, les valeurs déclarées sont donc comprises entre une seconde ([OVHcloud](#)) et un à deux mois ([Showroomprivé](#)).

Dans la majorité des cas, le délai médian communiqué est (largement) inférieur à 48 heures. Toutefois, dans certains cas, la valeur déclarée – 8 jours au moins – interroge sur le caractère diligent et en temps opportun de la prise de décision, au regard des ressources des fournisseurs concernés et du nombre significatif de notifications déclarées par les services considérés (ex. : [Rakuten](#), [TheFork](#)). Sous toute réserve de difficultés que peuvent présenter des cas particuliers, l'Arcom enjoint ces fournisseurs à déployer leurs meilleurs efforts afin de satisfaire l'objectif de célérité de traitement instauré par le RSN.

Enfin, l'information sur le délai médian est parfois omise par les FSI ([MYM](#), [Se Loger](#), [ManoMano](#), [Leroy Merlin](#), [750g](#), [Leboncoin](#)), malgré l'obligation de la fournir.

iii. Sur la base de l'action de modération entreprise : incompatibilité avec la loi ou les conditions générales d'utilisation (CGU) du service

L'Arcom constate une répartition équitable entre les FSI indiquant, en réponse à une notification reçue conformément à l'article 16, agir davantage sur le fondement d'une incompatibilité avec les CGU du service (9 rapports) et ceux déclarant baser davantage leur démarche de modération sur l'illégalité du contenu (8 rapports).

Par ailleurs, selon les données déclarées, la plupart des fournisseurs (sauf 4) fondent exclusivement leurs actions de modération à la suite d'un signalement sur l'illégalité du contenu pour certains, sur l'incompatibilité du contenu avec les CGU du service pour d'autres. De manière générale, il semblerait qu'en réponse à un signalement, les places de

⁶¹ Cf. règlement d'exécution, annexe II, partie « I. Instructions Générales », « 4. Format des rapports de transparence ». Cf. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835 (p. 28).

marché B2C agissent davantage sur la base de la législation tandis que les réseaux sociaux (au sens large) agissent davantage sur la base de leurs CGU⁶².

Toutefois, ces observations se basent sur un échantillon faiblement représentatif, puisque 14 rapports omettent cette information, pourtant requise (en particulier ceux des fournisseurs de services d'hébergement « simple »). En outre, des cas de double comptage – lorsque les actions de modération seraient simultanément fondées sur la loi et les CGU – rendent impossible l'analyse pour [HomeExchange](#), [Ubisoft](#), [Free](#) et [Auchan](#).

iv. Relations avec les signaleurs de confiance

Aucun rapport ne fait état de signalement émis par un signaleur de confiance désigné au titre du RSN. Cela s'explique par la chronologie de désignation des premiers signaleurs de confiance au niveau européen⁶³.

2) Modération à l'initiative du FSI

i. Sur la base de l'illicéité du contenu

Douze fournisseurs ([Yves Rocher](#), [Veepee-Privalia](#), [TheFork](#), [Showroomprivé](#), [Darty](#), [Fnac](#), [Linternaute](#), [Journal des Femmes](#), [Dailymotion](#), [Vestiaire Collective](#), [BlaBlaCar](#), [Malt](#)) déclarent ne pas avoir modéré de contenus illicites de leur propre initiative.

Comme pour les mesures prises à la suite de signalement, certains fournisseurs (ex. : [Auchan](#), [Comment Ça Marche](#) et [Afnic](#)) déclarent de faibles valeurs en la matière⁶⁴.

Parmi les services déclarant des valeurs plus significatives, se trouvent notamment :

- Des réseaux sociaux : [MYM](#) (194 897 mesures), [Wizz](#) (57 163).
- Des plateformes de mise en relation : [Se Loger](#) (341 996), [Doctolib](#) (1 208).
- Des places de marché B2C : [Rakuten](#) (3 516), [Cdiscount](#) (1 969 207), [ManoMano](#) (3 438), [E.Leclerc](#) (757).

Dans l'immense majorité des cas, ces mesures de modération proactive se traduisent par le retrait et/ou la suppression du contenu.

L'Arcom relève certaines pratiques qui semblent pouvoir être aisément corrigées par les FSI afin d'améliorer la qualité de leurs prochains rapports de transparence.

Ainsi, l'absence ([Doctolib](#)) ou l'inexactitude ([Auchan](#)⁶⁵) du nombre total de mesures prises en la matière complexifie l'analyse. Il en va de même pour les rapports qui ne distinguent pas la base de leurs activités de modération d'initiative propre, entre illicéité et incompatibilité avec les CGU du service (ex. : [Ubisoft](#) (16 212 753 mesures), [Yubo](#) (9 895 587 mesures), [750g](#) (156 mesures), [Leroy Merlin](#), [NordNet](#)). En outre, plusieurs fournisseurs omettent cette information (ex. : [HomeExchange](#), [happn](#)), voire ont supprimé

⁶² Parmi les 14 déclarant des informations exploitables en la matière :

- 7 places de marché (sur 9) indiquent agir davantage sur la base de la législation que de leurs CGU ;
- 5 réseaux sociaux (sur 5) indiquent agir davantage sur la base de leurs CGU que de la législation.

⁶³ Cf. liste des signaleurs de confiance désignés au titre du RSN au niveau européen : <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/trusted-flaggers-under-dsa>. Étant donné son caractère nécessairement évolutif, l'Arcom invite fortement les fournisseurs à la consulter régulièrement.

⁶⁴ Moins de 55 mesures sur une période d'au moins 10 mois et demi.

⁶⁵ La ligne « total » du rapport d'[Auchan](#) indique que son fournisseur aurait pris 0 mesure en la matière sur la période considérée alors qu'en additionnant les mesures déclarées par motif, l'Arcom en comptabilise 2.

cet onglet du rapport de transparence ([Meetic](#) et [Dailymotion](#)) sans préciser s'ils effectuent ou non des actions de ce type. Enfin, d'autres (ex. : [Planity](#), [Leroy Merlin](#) et [Vestiaire Collective](#)) publient uniquement des informations qualitatives, utiles mais non suffisantes.

Dans certains cas (ex. : [jeuxvideo.com](#)), l'absence de chiffres est justifiée par le fournisseur par l'impossibilité de collecter de telles informations à date⁶⁶.

ii. Sur la base de l'incompatibilité du contenu avec les conditions générales

Les fournisseurs de trois services ([Fnac](#), [Darty](#) et [Veepee-Privalia](#)) déclarent n'avoir effectué aucune modération de leur propre initiative sur la base de l'incompatibilité du contenu avec les CGU.

Les fournisseurs de certains services (ex. : [Yves Rocher](#), [Showroomprivé](#), [La Redoute](#), [Auchan](#), [E.Leclerc](#), [Boulanger](#)) déclarent avoir pris 167 mesures ou moins en la matière.

Parmi les services déclarant des valeurs plus importantes, se trouvent notamment :

- Des réseaux sociaux : [Wizz](#) (7 331 147 mesures), [Meetic](#) (7 673 264), [Dailymotion](#) (1 381 035).
- Des forums : [Orange](#)⁶⁷ (960 285), [Hugging Face](#) (38 572), [Linternaute](#) (1 093), [Comment Ça Marche](#) (5 784), [Journal des Femmes](#) (2 667).
- Des places de marché « B2C » : [Rakuten](#) (1 465 197), [Cdiscount](#) (1 045), [ManoMano](#) (59 752), [Vestiaire Collective](#) (2 613 388⁶⁸), [Malt](#) (4 305), [TheFork](#) (521 799) et [Doctolib](#) (560).

Ici aussi, dans l'immense majorité des cas, ces mesures de modération proactive se traduisent par le retrait et/ou la suppression du contenu. Cependant, dans certains cas, les FSI déclarent des valeurs significatives (ex. : près de 6 millions de mesures sur [BlaBlaCar](#), [Vestiaire Collective](#)) mais ne publient pas davantage de données chiffrées concernant cet indicateur (ex. : différents types d'actions de modération effectuées ou motif de l'action).

Par ailleurs, certains fournisseurs catégorisent une part (parfois significative) de leurs actions de modération *via* un intitulé peu explicite (ex. : 74 % des actions sur [Dailymotion](#) sont répertoriées sous le motif « Autre », 95 % de celles de [ManoMano](#) le sont sous le motif *Reviews not compatible with our Terms & Conditions*, 20 % de celles d'[Orange](#) sont catégorisées sous le motif « Autres violations des conditions générales du fournisseur » et 10 % de celles de [Wizz](#) le sont sous l'intitulé *other_violation_TC*).

L'absence (pour [Doctolib](#), [Malt](#) et [Vestiaire Collective](#)) ou l'incohérence (pour [Auchan](#)⁶⁹) du nombre total de mesures prises en la matière complexifie l'analyse.

Les fournisseurs de [happn](#) et [HomeExchange](#) omettent cette information sans préciser s'ils effectuent ou non des actions de ce type.

⁶⁶ Justification invoquée par [jeuxvideo.com](#) : « Nous n'avons pas encore de statistiques portant sur les actions de modération prises de notre propre initiative. L'immense majorité des actions de modération effectuées le sont suite à des notifications utilisateurs. Notre priorité est en effet de traiter le plus rapidement possible les notifications que nous recevons. ».

⁶⁷ Via le portail « orange.fr ».

⁶⁸ Donnée reconstituée par l'Arcom.

⁶⁹ La ligne « total » du rapport d'[Auchan](#) indique que son fournisseur aurait pris 0 mesure en la matière sur la période considérée alors qu'en additionnant les mesures déclarées par motif, l'Arcom en comptabilise 2.

iii. Remarques générales sur la modération d'initiative propre

L'incompatibilité du contenu avec les CGU est plus fréquemment utilisée comme base de l'action de modération d'initiative propre par le fournisseur du service que son illicéité⁷⁰. Cette observation semble corroborée par l'analyse des exposés des motifs des plateformes en ligne françaises répertoriées au sein de la base de données de transparence gérée par la Commission européenne (cf. section g. dédiée ci-dessous), même si son périmètre est plus large que les seules actions de modération d'initiative propre⁷¹.

Néanmoins, certains FSI, à l'image de [Deezer](#), indiquent n'effectuer aucune modération de leur propre initiative des contenus publiés par les utilisateurs sur le service.

Parmi eux, plusieurs FSI (non plateformes en ligne) ne s'estiment pas concernés par la modération d'initiative propre (peu importe son fondement) au titre de l'absence d'obligation généralisée de surveillance prévue par l'article 8 du RSN et du principe de neutralité du net (ex. : [OVHcloud](#), [Free](#), [Scaleway](#)). Il leur faudra en tout état de cause remplir toutes les lignes des onglets dédiés à cette pratique dans le modèle de rapport de transparence publié par la Commission européenne⁷².

Enfin, il est intéressant de noter qu'il existe des différences significatives en termes de stratégie de modération d'initiative propre ou de volumétrie de données déclarées en la matière par des FSI *a priori* similaires ou concurrents.

3) Suspension de compte ou de fonctionnalités à des utilisateurs

S'agissant des bannissements de comptes pour utilisation abusive du service, [jeuxvideo.com](#) se démarque par un nombre important, avec 38 439 bannissements pour fourniture répétée de contenus illicites, 150 mesures suspensives pour soumission de notifications manifestement infondées et 10 pour réclamations manifestement infondées.

Second service le plus actif en la matière, [Cdiscount](#) a pris 381 décisions de suspension ou de fermeture d'un compte en raison de la fourniture fréquente de contenus illicites et 424 mesures suspensives pour soumission fréquente de notifications manifestement infondées. De leur côté, [ManoMano](#), [Fnac](#), [Darty](#) et [Leroy Merlin](#) ont respectivement pris 79, 5, 1 et 1 décisions de suspension pour fourniture de fréquente de contenus illicites et [Rakuten](#) une unique mesure suspensive pour notifications infondées.

Le fournisseur de [Vestiaire Collective](#) déclare n'avoir procédé à aucune suspension en vertu de l'article 23 mais indique qu'il a procédé à des « *permanent bans* »⁷³, sans préciser combien ni la distinction effectuée. L'Arcom regrette l'absence d'explications à ce sujet.

⁷⁰ S'agissant des services déclarant des valeurs significatives en la matière, un total de plus de 22 millions de mesures d'initiative propre ont été prises sur la base des CGU des services tandis que plus de 2,5 millions de mesures l'ont été sur la base de l'illicéité du contenu.

⁷¹ Celle-ci inclut également les décisions prises à la suite des notifications reçues par l'intermédiaire (i) des dispositifs prévus au titre de l'article 16 RSN et (ii) des signaleurs de confiance (article 22 RSN) ainsi que (iii) tout autre type de notification.

⁷² Voir annexe II, partie I, 1. : https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835 (p.26) : « Lorsqu'une ligne s'applique à un fournisseur, mais que le résultat de cette pratique est égal à zéro, le fournisseur doit l'indiquer en remplissant « 0 » dans le champ de valeur. »

⁷³ Suspensions permanentes de l'accès au service.

En conclusion, l'Arcom s'interroge sur la faiblesse, voire l'absence des informations relatives à la lutte contre les utilisations abusives des services et, en conséquence, aux décisions de restreindre voire empêcher l'accès des utilisateurs au service.

e. Contestation des décisions de modération auprès de la plateforme

Le nombre de recours au système interne de réclamation contre une décision de modération que doivent proposer les plateformes peut s'élever à plusieurs milliers voire plusieurs centaines de milliers dans les cas d'*Ubisoft*, de *Leboncoin* ou de *Wizz* notamment.

Leboncoin, *jeuxvideo.com*, *Vestiaire Collective*, *BlaBlaCar*, *Cdiscount*, *Meetic* et *Dailymotion* infirment leurs décisions initiales dans 30 % à 65 % des décisions. Il en va de même pour *Wizz* s'agissant des actions sur des contenus (32 % des décisions infirmées), mais pas sur la suspension de comptes (aucune décision infirmées). *happn* infirme quant à lui près de 84 % des décisions de modération faisant l'objet d'un appel.

Le délai médian pour prendre une décision à la suite d'un recours s'étend de quelques heures (7 heures pour *Meetic*) à quelques jours (*Hugging Face*, *Cdiscount*).

5 plateformes en ligne ne mentionnent pas d'informations relatives au traitement des réclamations et 13 y associent une valeur nulle. Dans ces cas, les informations présentées ne permettent pas de savoir si un système interne de réclamation existe, et le cas échéant s'il a été utilisé au cours de la période. L'Arcom invite les FSI concernés à être plus explicites lors du prochain exercice, d'autant plus que cette information est particulièrement utile pour apprécier l'efficacité de la démarche de modération et son acceptation par les utilisateurs du service.

f. Recours à des organes de règlement extrajudiciaire des litiges

Aucun rapport ne fait état de recours à des organes de règlement extrajudiciaire des litiges, à l'exception de *ManoMano* (3 recours). Néanmoins, ces recours ont vraisemblablement été soumis à des organes préexistants au RSN et non certifiés au titre de l'article 21. Cela s'explique logiquement au regard de la chronologie de certification des premiers organes de règlement extrajudiciaire des litiges au titre du RSN, dont le premier a été certifié en juillet 2024⁷⁴.

g. Point d'étape sur une autre obligation de transparence au titre du RSN : l'embarquement des plateformes en ligne au sein de la base de données de transparence (article 24 paragraphe (5))

Le RSN instaure d'autres obligations de transparence à destination des FSI, parmi lesquelles l'obligation faite à tous les fournisseurs de plateformes en ligne de soumettre à la Commission européenne, dans les meilleurs délais, leurs décisions de modération et les exposés des motifs les accompagnant, en vue de leur inclusion dans une base de données accessible au public et lisible par une machine, gérée par la Commission⁷⁵.

En pratique, l'intégration à cette base nécessite, pour les plateformes établies en France, de s'enregistrer auprès de la Commission européenne⁷⁶ puis de fournir à l'Arcom les

⁷⁴ Cf. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/dsa-out-court-dispute-settlement>

⁷⁵ Cf. <https://transparency.dsa.ec.europa.eu/statement>

⁷⁶ Cf. <https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/DSA-ComplianceStatementsReasons>

informations nécessaires⁷⁷. L'Arcom peut alors intégrer la demande dans le système d'informations dédié. La Commission prend ensuite contact avec le fournisseur pour réaliser une phase de tests en fonction de la méthode de soumission des exposés des motifs choisie (par API ou par formulaire). Une fois celle-ci achevée avec succès, le fournisseur peut commencer à verser ses exposés des motifs. Ceux-ci sont alors publiés en temps quasi-réel au sein de la base de données accessible au public⁷⁸.

Au 7 décembre 2025 :

- Aucune plateforme n'est en cours d'enregistrement auprès de l'Arcom.
- 30 plateformes ont finalisé le processus d'enregistrement auprès de l'Arcom.
- Sur les 241 plateformes (non TGPL) figurant au sein de la base de données européenne, 20 sont françaises :
 - 4 d'entre elles (*HomeExchange*, *La Redoute*, *Se Loger* et *Vestiaire Collective*) apparaissent dans la base de données sans pour autant avoir commencé à soumettre leurs exposés des motifs ;
 - Les 16 autres plateformes sont les suivantes :

⁷⁷ En complétant le formulaire de demande d'informations complémentaires qui leur est alors transmis par les services de l'Arcom dès que la Commission leur a adressé la demande de préenregistrement.

⁷⁸ Plus d'informations au sujet de ce processus d'intégration sont disponibles sur le site de l'Arcom ou *via* la page dédiée publiée par la Commission européenne.

Cf. <https://www.arcom.fr/espace-professionnel/reglement-sur-les-services-numeriques-ou-dsa-enregistrement-dune-plateforme-en-ligne-sur-la-base-de-donnees-de-transparence-art-245> et <https://transparency.dsa.ec.europa.eu/page/documentation>

Nombre de décisions soumises par service au 07/12/25 et principaux motifs

	Nombre de décisions soumises	Principaux motifs
BlaBlaCar	15 327 801	Champ d'application du service de plateforme ⁷⁹ : 67 %
Leboncoin	7 136 889	Arnaques et/ou fraude : 37 % Champ d'application du service de plateforme : 28 %
Dailymotion	5 038 524	Infractions à la propriété intellectuelle : 40 % Champ d'application du service de plateforme : 32 %
Meetic	2 717 603	Champ d'application du service de plateforme : 53 %
ManoMano	1 848 674	Autre violation des CGU du fournisseur : 57 %
Cdiscount	1 058 062	Autre violation des CGU du fournisseur : 31 % Produits illicites et/ou dangereux : 24 % Infractions à la propriété intellectuelle : 20 %
happn	669 339	Autre violation des CGU du fournisseur : 52 % Discours préjudiciable ou illicite : 26 %
Yubo	198 378	Autre violation des CGU du fournisseur : 33 % Champ d'application du service de plateforme : 19 % Discours préjudiciable ou illicite : 10 % Arnaques et/ou fraude : 10 %
Wizz	133 774	Arnaques et/ou fraude : 83 %
TheFork	101 129	Autre violation des CGU du fournisseur : 97 %
Rakuten	13 498	Champ d'application du service de plateforme : 99,7 %
Doctolib	4 475	Discours préjudiciable ou illicite : 40 % Champ d'application du service de plateforme : 21 % Risque pour la sécurité publique : 19 %
BackMarket	439	Autre violation des CGU du fournisseur : 100 %
Veepee	28	Infraction en matière d'information des consommateurs : 58 % Produits illicites et/ou dangereux : 36 %
Leroy Merlin	15	Infractions à la propriété intellectuelle : 87 %
Maty	1	Infractions à la propriété intellectuelle : 100 %

Source : élaboration Arcom sur la base des données accessibles au lien suivant
<https://transparency.dsa.ec.europa.eu/dashboard>

L'Arcom invite les fournisseurs de plateformes en ligne qui ne l'auraient pas encore fait à procéder sans délai à l'intégration de leur(s) service(s) à cette base de données.

⁷⁹ Exemples de sous-motifs : restrictions spécifiques liées à l'âge, exigences géographiques, biens/services non autorisés à être proposés sur la plateforme, exigences linguistiques, nudité.
Cf. <https://transparency.dsa.ec.europa.eu/page/documentation?lang=fr>.

V. Conclusion

a. Sur la publication du premier rapport de transparence au titre du RSN par les FSI français

Certains acteurs se distinguent, lors de cette première édition, par des rapports de transparence clairs, facilement accessibles et compréhensibles (ex. : [Afnic](#), [Rakuten](#), [Cdiscount](#), [Dailymotion](#)). L'Arcom salue leur démarche qui contribue à rendre l'espace numérique plus transparent et sûr pour tous les utilisateurs.

À l'inverse, l'Arcom déplore la démarche peu coopérative et opaque, du fait d'un format peu lisible ou de rapports incomplets notamment, de certains services dont l'audience en France est pourtant considérable (ex. : [Leboncoin](#)) et/ou sujets à des risques de diffusion de contenus illicites ou préjudiciables (ex. : [MYM](#)).

L'Arcom rappelle que l'absence de publication d'un rapport annuel ou son incomplétude est susceptible de constituer un manquement aux obligations prévues aux articles 15 et, si applicable, 24 du RSN, sanctionnable dans les conditions prévues par la loi⁸⁰.

Par ailleurs, certains FSI n'ont pas distingué les données déclarées par service intermédiaire assujetti au RSN qu'ils fournissent. Cette pratique complexifie leur analyse et réduit la transparence sur la situation de chaque service, notamment ceux particulièrement sujets aux comportements ou contenus illicites ou préjudiciables. L'Arcom rappelle que le règlement d'exécution publié par la Commission européenne indique à ce sujet : « *Les fournisseurs de services intermédiaires [...] doivent publier un rapport de transparence [...] pour chaque service qu'ils proposent* »⁸¹.

De même, en l'absence d'obligation d'utilisation du modèle de la Commission européenne pour ce premier exercice, l'exploitation des données qualitatives s'est révélée particulièrement complexe au vu de leur hétérogénéité d'une part et de la dissémination des éléments pertinents tout au long des rapports.

Enfin, l'Arcom remarque que le nombre de rapports publiés par des FSI français assujettis au RSN est conséquent mais reste inférieur aux attentes, au regard de la réalité du secteur. Elle invite les FSI qui ne l'auraient pas encore fait à publier, au plus vite, leur premier rapport.

Les services de l'Arcom se tiennent à la disposition des FSI français pour les accompagner dans le processus de mise en conformité de leurs services avec le RSN, s'agissant de ces obligations et de toutes celles qui sont sous sa compétence⁸².

⁸⁰ Conformément aux articles 52 du RSN et 9-2 de [la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique \(LCEN\)](#), un manquement à cette obligation peut, sous réserve de l'approbation du Collège de l'Arcom et à l'issue d'une procédure progressive comprenant notamment une mise en demeure, faire l'objet d'une sanction pécuniaire pouvant atteindre jusqu'à 6 % du chiffre d'affaires mondial hors taxes de l'exercice précédant la sanction du fournisseur du service. Une astreinte journalière pouvant aller jusqu'à 5 % du chiffre d'affaires journalier moyen mondial hors taxes du même exercice peut également être prononcée.

⁸¹ Source : Annexe II, partie 1 du règlement d'exécution. Cf. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835 (p. 26).

⁸² Contact : professionnels-dsa@arcom.fr.

b. Projection vers l'obligation d'utilisation du modèle publié par la Commission européenne

Le présent rapport fait à plusieurs reprises référence au règlement d'exécution de la Commission européenne, adopté le 4 novembre 2024⁸³. L'utilisation du modèle de rapport qu'il instaure est obligatoire, pour tous les FSI, s'agissant des données recueillies à partir du 1^{er} juillet 2025 et dès la publication du prochain rapport de transparence, prévue fin février 2026 au plus tard.

À cet égard, l'étude des rapports de transparence publiés au titre de ce premier exercice montre que l'uniformisation de leur format et de leurs modalités de publication est nécessaire afin de rendre leur analyse plus efficace et pertinente.

Il convient toutefois de souligner que certains fournisseurs se sont déjà emparés du modèle de la Commission pour élaborer leur premier rapport. Ainsi, les rapports de *Afnic*, *Wizz*, *Yves Rocher*, *Rakuten*, *jeuxvideo.com*, *Meetic*, *Dailymotion*, *Darty*, *Fnac*, *Hugging Face*, *La Redoute*, *BMW France*, *SFR*, *Deezer*, *Auchan*, *E. Leclerc* et *Auchan* l'utilisent – plus ou moins fidèlement. Les rapports d'autres services s'en inspirent, avec des degrés de précision variables (ex. : *Veepee* - *Privalia*, *TheFork*, *Se Loger*, *Showroomprivé*, *ManoMano*, *Planity*, *HomeExchange*, *OVHcloud*, *Free*).

L'Arcom salue la proactivité de cette démarche et invite tous les fournisseurs à s'approprier ce modèle dès à présent. À cette fin, ils peuvent utilement consulter l'annexe n° 2 du règlement qui apporte des éclairages précieux sur les modalités de remplissage et de publication du modèle. Elle les invite également à prendre connaissance de la présentation de ce règlement publiée sur son site internet⁸⁴ et se tient à leur disposition pour répondre à leurs éventuelles interrogations complémentaires et les accompagner dans l'appropriation de ce modèle.

⁸³ Cf. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835 et <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/library/implementing-regulation-laying-down-templates-concerning-transparency-reporting-obligations>

⁸⁴ Cf. <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2025-04/Arcom-reglement-services-numeriques-Ateliers-reglement-execution-rapports-de-transparence.pdf>

Annexe n°1 du rapport d'analyse de l'Arcom sur les premiers rapports de transparence publiés par les FSI français en application des articles 15 et 24 du RSN

Glossaire :

- **Règlement sur les services numériques (RSN) :** désigne le règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE⁸⁵. Aussi appelé « *Digital Services Act* » ou DSA en anglais.
- **Service de la société de l'information :** « *un service tel qu'il est défini à l'article 1er, paragraphe 1, point b), de la directive (UE) 2015/1535* » (cf. article 3 (a) RSN). La directive (UE) 2015/1535 indique : « *tout service presté normalement contre rémunération, à distance, par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services.* »⁸⁶.
- **Service intermédiaire :** « *un des services de la société de l'information suivants :*
 - i) *un service de "simple transport", consistant à transmettre, sur un réseau de communication, des informations fournies par un destinataire du service ou à fournir l'accès à un réseau de communication ;*
 - ii) *un service de "mise en cache", consistant à transmettre, sur un réseau de communication, des informations fournies par un destinataire du service, impliquant le stockage automatique, intermédiaire et temporaire de ces informations, effectué dans le seul but de rendre plus efficace la transmission ultérieure de ces informations à d'autres destinataires à leur demande ;*
 - iii) *un service d'"hébergement", consistant à stocker des informations fournies par un destinataire du service à sa demande ;* » (cf. article 3 (g) RSN).
- **Fournisseur(s) de service(s) intermédiaire(s) :** ci-après abrégé en « FSI ».
- **Très grande plateforme en ligne (TGPL ou « VLOP » en anglais) :** plateforme en ligne qui a un nombre mensuel moyen de destinataires actifs du service dans l'Union égal ou supérieur à 45 millions, et qui est désignée comme telle conformément à l'article 33 du RSN.
- **Très grand moteur de recherche en ligne (TGMR ou « VLOSE » en anglais) :** moteur de recherche en ligne qui a un nombre mensuel moyen de destinataires actifs du service dans l'Union égal ou supérieur à 45 millions, et qui est désigné comme tel conformément à l'article 33 du RSN.
- **Microentreprise :** dans la catégorie des PME, une microentreprise est définie comme une entreprise qui occupe moins de 10 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 2 millions d'euros⁸⁷.
- **Petite entreprise :** dans la catégorie des PME, une petite entreprise est définie comme une entreprise qui occupe moins de 50 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 10 millions d'euros⁸⁸.

⁸⁵ Cf. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065>

⁸⁶ En complément, il indique : « *Aux fins de la présente définition, on entend par :*

- i) « *à distance* », un service fourni sans que les parties soient simultanément présentes ;
- ii) « *par voie électronique* », un service envoyé à l'origine et reçu à destination au moyen d'équipements électroniques de traitement (y compris la compression numérique) et de stockage de données, et qui est entièrement transmis, acheminé et reçu par fils, par radio, par moyens optiques ou par d'autres moyens électromagnétiques ;
- iii) « *à la demande individuelle d'un destinataire de services* », un service fourni par transmission de données sur demande individuelle. »

⁸⁷ Cf. articles 15 paragraphe (2), 19 et 29 du RSN. Ceux-ci renvoient vers la recommandation 2003/361/CE de la Commission européenne du 6 mai 2003 concernant la définition des micro, petites et moyennes entreprises (cf. article 2).

⁸⁸ Id.

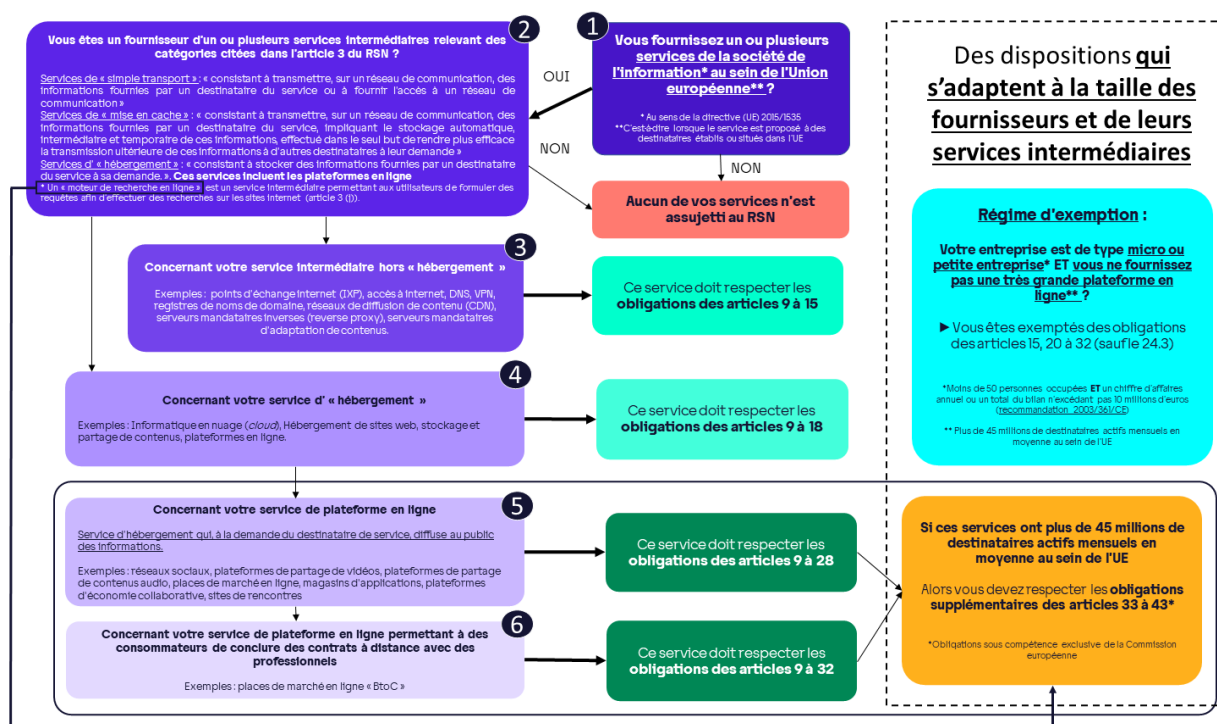
- **Places de marché « *business-to-consumer* » (places de marché B2C) :** la section 4 du chapitre III du RSN vise spécifiquement les « *plateformes en ligne permettant aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec des professionnels* ». En pratique, cela correspond aux services de type place de marché « *business-to-consumer* ».
- **Coordinateur pour les services numériques :** abrégé en « CSN » dans le rapport.

Annexe n°2 - Récapitulatif des obligations prévues pour les FSI par le chapitre III, dédié aux obligations de diligence pour un environnement en ligne sûr et transparent

Schéma : Qui est concerné par le RSN ?

Schéma : « Êtes-vous concerné par le Règlement sur les Services Numériques (ou Digital Services Act) ? »

Arcom



Êtes-vous concerné par le Règlement sur les Services Numériques (ou Digital Services Act) ?
(Source : élaboration Arcom, disponible sur [Arcom.fr](https://arcom.fr) ([lien](#)))

Note de lecture : un service d'hébergement de sites web (encadré n°4) doit respecter les obligations 9 à 18 à moins qu'il soit fourni par une « petite entreprise » ; auquel cas il n'est pas assujéti aux obligations de l'article 15 (publication d'un rapport annuel de transparence).

- La section 1 du chapitre III, « Dispositions applicables à tous les fournisseurs de services intermédiaires », comprend les articles 11 à 15. Les obligations prévues par ces articles sont applicables à tous les services intermédiaires numériques.
 - **Articles 11 et 12 :** désignation de points de contacts uniques à destination des autorités et du public.
 - **Article 13 :** désignation d'un représentant légal sur le territoire de l'Union pour les fournisseurs non établis dans l'Union européenne.
 - **Article 14 :** mise à disposition de conditions générales d'utilisation claires et intelligibles.
 - **Article 15 :** publication de rapports annuels de transparence sur les activités de modération.

- La section 2 du chapitre III, « Dispositions supplémentaires applicables aux fournisseurs de services d'hébergement, y compris les plateformes en ligne », comprend les articles 16 à 18. Les services intermédiaires qui ne stockent pas d'informations à la demande du destinataire du service, tels que les fournisseurs d'accès à internet, les services de mise en cache ou les bureaux d'enregistrement de noms de domaine, ne sont pas tenus de respecter ces obligations.
 - Article 16 : mise en place de mécanismes de notification et d'action permettant la réception et le traitement de signalements.
 - Article 17 : fourniture d'exposés des motifs des décisions de modération aux utilisateurs affectés.
 - Article 18 : notification aux autorités judiciaires en cas de soupçon d'infraction pénale susceptible de porter ou ayant porté atteinte à la vie ou à la sécurité de tiers.
- La section 3 du chapitre III, « Dispositions supplémentaires applicables aux fournisseurs de plateformes en ligne », comprend les articles 19 à 28. Ces obligations ne concernent que les services intermédiaires permettant la diffusion d'informations au public par un destinataire du service à sa demande⁸⁹.
 - Article 19 : précision des modalités du régime d'exemptions prévu à l'égard des microentreprises et petites entreprises (telles qu'elles sont définies dans la recommandation 2003/361/CE).
 - Article 20 : mise en place d'un système interne de traitement des réclamations.
 - Article 21 : information des utilisateurs du service sur les organes de règlement extrajudiciaire des litiges et conditions de recours à ces voies.
 - Article 22 : coopération prioritaire avec les signaleurs de confiance.
 - Article 23 : mesures de lutte et de protection contre les utilisations abusives du service, notamment la fourniture fréquente de contenus manifestement illicites.
 - Article 24 : compléments d'informations à publier dans le rapport de transparence prévu à l'article 15, mesures de transparence additionnelles et transmission des exposés des motifs au sein d'une base de données de transparence gérée par la Commission européenne.
 - Article 25 : conception et organisation des interfaces en ligne du service - interdiction des « interfaces trompeuses » (ou « *dark patterns* »).
 - Article 26 : encadrement de la présentation des publicités en ligne.
 - Article 27 : transparence des systèmes de recommandation en ligne.
 - Article 28 : protection des mineurs en ligne.
- La section 4 du chapitre III, « Dispositions supplémentaires applicables aux plateformes en ligne permettant aux consommateurs de conclure des contrats à distance avec des professionnels », comprend les articles 29 à 32. La DGCCRF est compétente pour superviser l'application de ces obligations par les FSI français.
 - Article 29 : précision des modalités du régime d'exemptions prévu à l'égard des microentreprises et petites entreprises (telles qu'elles sont définies dans la recommandation 2003/361/CE).
 - Article 30 : traçabilité des vendeurs professionnels.
 - Article 31 : conformité dès la conception (« *compliance by design* »).
 - Article 32 : droit à l'information des consommateurs.

Annexe n°3 - Rappels et « bonnes pratiques » pour l'élaboration du prochain rapport de transparence

L'Arcom souhaite mettre en avant des rappels et des bonnes pratiques qui pourront guider les FSI lors de l'élaboration de leur deuxième rapport de transparence qui devra être publié fin février 2026 au plus tard.

Rappel sur le contenu du rapport :

- Les fournisseurs de plateforme en ligne sont également assujettis au paragraphe (1) de l'article 24 du RSN, complémentaire à l'article 15, et doivent de ce fait intégrer à leur rapport des informations concernant les litiges transmis aux organes de règlement extrajudiciaire des litiges et les suspensions pour utilisation abusive du service.

Rappels issus du règlement d'exécution de la Commission européenne⁹⁰ :

- Afin que le rapport de transparence soit lisible par machine, il doit être publié dans un format ODF (Open Document Format) CSV (valeurs séparées par virgule).
- La période couverte par le deuxième rapport commence le lendemain du jour marquant la fin de celle couverte par le premier rapport et s'arrête obligatoirement le 31 décembre 2025 (cf. annexe n°1).
- La publication du deuxième rapport doit intervenir dans un délai de deux mois à compter du 31 décembre 2025 (cf. annexe n°1).
- Les rapports de transparence seront considérés comme incomplets s'ils omettent l'un des deux modèles⁹¹, les deux modèles ou certaines parties de ceux-ci, sans justification spécifique et objective.
- Les fournisseurs peuvent publier des versions actualisées des rapports de transparence précédemment publiés afin de corriger des incohérences et des erreurs. Les différentes versions d'un rapport de transparence doivent être explicitement identifiées afin de permettre une reconnaissance aisée de la version et de la date du rapport⁹².
- Les rapports de transparence, y compris toutes les versions publiées, restent à la disposition du public pendant au moins cinq ans à compter de leur publication.
- Tous les indicateurs de délai médian doivent être indiqués en heures.
- Différentes options de contextualisation sont proposées par le modèle de la Commission :
 - 1) remplissage - quand pertinent - des colonnes dédiées aux « informations contextuelles »,
 - 2) ajout de lignes keyword_other quand pertinent et explicitation de leur contenu, et
 - 3) publication encouragée d'un document additionnel de contextualisation.

Bonnes pratiques concernant les modalités de publication du rapport :

- Mentionner explicitement le « règlement sur les services numériques »⁹³ dans le titre du document publié.
- Préciser le périmètre géographique d'activité du service du service au sein de l'UE et, dans le cas d'un service hybride, préciser les parties du service auxquelles se rapportent les données publiées⁹⁴.

⁹⁰ Cf. note 35.

⁹¹ Modèles quantitatif et qualitatif, prévus à l'annexe I du règlement d'exécution.

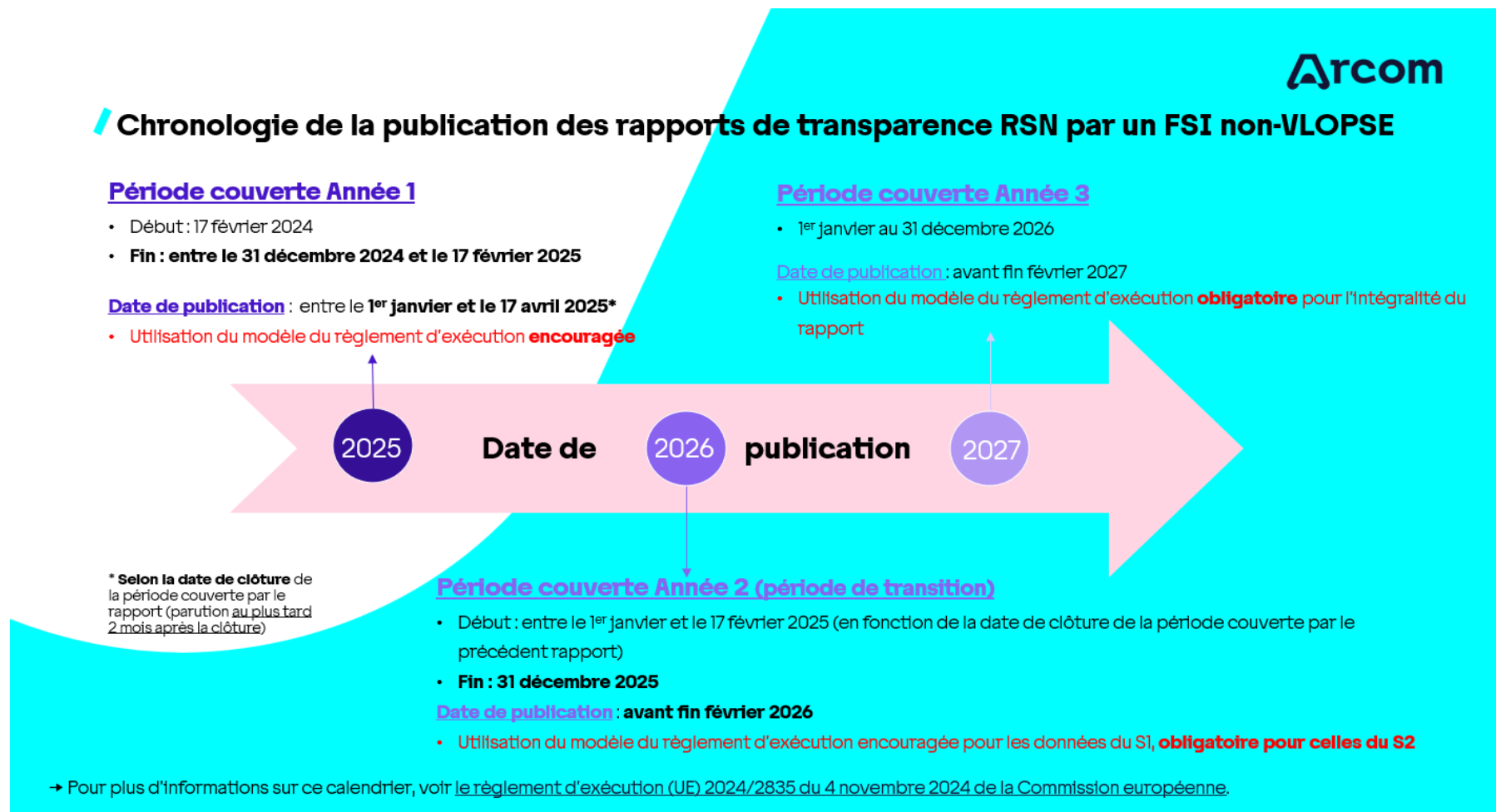
⁹² Cf. considérant (13), https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202402835 (p. 2).

⁹³ Ou l'une de ses variantes : « Digital Services Act », « Règlement (UE) 2022/2065 », etc.

⁹⁴ Ex. : via l'onglet « 1_identification_rapport » du modèle de rapport publié par la Commission européenne.

- Optimiser la visibilité du lien permettant d'accéder au rapport de transparence depuis l'interface du service.
- Accompagner, si possible, la publication au format CSV d'une publication de l'intégralité du rapport au format PDF afin de le rendre pleinement accessible au public.
- Publier le rapport au sein d'une section dédiée à la transparence du service ou au RSN, accessible en quelques clics depuis toute page du service, depuis l'interface web et les applications mobiles.
- Envoyer le rapport de transparence publié aux services de l'Arcom (professionnels-dsa@arcom.fr) en indiquant son emplacement sur l'interface du service (web et applications mobiles).

Annexe n°4 – Chronologie de la publication des rapports de transparence RSN par un fournisseur de service intermédiaire (non TGPL-TGMR)



Source : Arcom, cf. <https://www.arcom.fr/sites/default/files/2025-04/Arcom-reglement-services-numeriques-Ateliers-reglement-execution-rapports-de-transparence.pdf> (p.10)