Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique

2021/0381(COD) - 26/01/2023 - Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique

La commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs a adopté le rapport de Sandro GOZI (Renew, FR) sur la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique.

La commission compétente a recommandé que la position du Parlement européen adoptée en première lecture dans le cadre de la procédure législative ordinaire modifie la proposition comme suit:

Objet, champ d'application et définitions

Les députés proposent de clarifier que le règlement établit des règles harmonisées concernant des obligations concernant la fourniture de services de publicité à caractère politique, la transparence et le devoir de vigilance imposant aux **parraineurs** et aux fournisseurs de publicité à caractère politique de fournir, de collecter, de conserver, de divulguer et de publier des informations liées à la fourniture de ces services dans le marché intérieur.

En outre, le règlement devrait **protéger les libertés et droits fondamentaux** tels que consacrés par le droit de l'Union et les législations nationales, y compris par la charte des droits fondamentaux, et il ne devrait pas avoir d'incidence sur le contenu de la publicité à caractère politique ou sur les dispositions nationales régissant les périodes électorales et les campagnes politiques.

De surcroît, il conviendrait de ne pas considérer les opinions politiques sous la responsabilité éditoriale d' un prestataire de services comme de la publicité à caractère politique lorsque celles-ci sont exprimées sans compensation financière de la part d'un tiers.

Le rapport préconise également de **préciser plusieurs définitions**, notamment celles de «publicité à caractère politique», d'«acteur politique» et d'«éditeur de publicité à caractère politique», de «techniques de ciblage et d'amplification», et propose une nouvelle définition des «prestataires de services de publicité à caractère politique», afin de favoriser une meilleure compréhension du dispositif.

Prestation de services de publicité à caractère politique dans l'Union

Les prestataires de services de publicité à caractère politique ne devraient pas discriminer les parraineurs sur la base de leur lieu de résidence ou, le cas échéant, d'établissement, lorsque ces parraineurs sollicitent, concluent ou détiennent un contrat de services de publicité à caractère politique. Par exception, la publicité à caractère politique au sein de l'Union ne pourrait être fournie qu'à un parraineur possédant la citoyenneté de l'Union ou à une personne physique ou morale **qui est établie ou réside dans l'Union**.

Identification d'une annonce publicitaire à caractère politique

Les députés estiment qu'il est essentiel d'établir clairement les critères permettant de déterminer si une annonce publicitaire est de nature politique ou non. De tels critères devraient comprendre le contenu et la finalité du message, son parraineur, le vocabulaire utilisé pour transmettre le message, de même que le contexte dans lequel le message est transmis et les modalités de sa transmission. La Commission devrait élaborer des orientations communes destinées à contribuer à l'application correcte de ces critères.

Obligations de transparence et de diligence raisonnable pour les services de publicité à caractère politique

Le rapport suggère les clarifications suivantes:

- l'ensemble des prestataires de services devraient veiller à ce que les **accords contractuels** conclus pour la fourniture d'un service de publicité à caractère politique précisent la façon dont les dispositions pertinentes du présent règlement sont respectées;

- la **déclaration** effectuée par les parraineurs ou les prestataires de services de publicité agissant pour le compte de ceux-ci afin de déterminer si le service de publicité constitue un service de publicité à caractère politique ou non devrait être établie de façon honnête et contenir **des informations exactes**, être complète et précise, et communiquée en temps utile. En cas de déclarations manifestement erronées, il appartiendrait aux prestataires de services de publicité de solliciter des corrections. Des obligations supplémentaires sont introduites en matière de gestion des risques applicables aux prestataires de services qui sont de très grandes plateformes en ligne au sens de la législation sur les services numériques;

- le renforcement des dispositions relatives à la **tenue de registres** et à la communication d'informations à l'éditeur de publicité à caractère politique. Les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient par exemple conserver les informations sur l'origine publique ou privée des montants qu'ils ont facturés pour le ou les services fournis, ainsi que sur le fait qu'ils proviennent de l'intérieur ou de l' extérieur de l'Union, et des informations sur l'identité du parraineur de l'annonce publicitaire à caractère politique;

- la définition par la Commission de normes communes afin de mettre en place des **étiquettes** harmonisées, efficaces et bien visibles en matière d'annonce publicitaire à caractère politique;

- des précisions quant aux éléments à faire figurer dans **l'avis de transparence** et à la responsabilité des prestataires de services de publicité à caractère politique, y compris les éditeurs, en ce qui concerne l' exactitude et l'exhaustivité des informations;

- la mise en place d'un **répertoire public européen** de toutes les annonces publicitaires à caractère politique en ligne garantissant l'hébergement d'une base de données contenant chaque annonce publicitaire à caractère politique en ligne;

- l'adoption par la Commission de **normes communes** en vue d'établir une structure de données commune, des normes communes et une interface commune de programmation d'application pour l' échange d'informations avec les éditeurs;

- des précisions relatives aux procédures prévues pour que les personnes physiques et morales puissent aisément **signaler** les annonces publicitaires à caractère politique éventuellement illicites.

Ciblage et diffusion de la publicité à caractère politique

Les techniques de ciblage et de diffusion d'annonces publicitaires qui impliquent le traitement de catégories particulières de données à caractère personnel dans le contexte de la publicité à caractère politique seraient interdites. Les techniques de ciblage qui impliquent le traitement de données à caractère personnel seraient limitées aux données à caractère personnel explicitement fournies par la personne concernée **avec son consentement**.

Les amendements visent à garantir que les éditeurs de publicité à caractère politique incluent dans l'avis de transparence toutes les informations nécessaires pour permettre à la personne concernée de comprendre la logique en jeu ainsi que les principaux paramètres de la technique utilisée. En outre, l'avis de

transparence devrait renvoyer de manière **visible à une interface facilement accessible** dans laquelle les utilisateurs peuvent retirer leur consentement ou modifier les données à caractère personnel qu'ils ont fournies.

Surveillance, exécution et sanctions

La Commission devrait tenir à la disposition du public une base de données facilement accessible des **représentants légaux** enregistrés au niveau de l'Union en vertu du règlement. Les prestataires de services devraient donner à leur représentant légal les pouvoirs nécessaires et les ressources suffisantes pour garantir une coopération efficace et en temps utile avec les autorités compétentes des États membres et, le cas échéant, avec la Commission, et pour se conformer à leurs décisions.

Les autorités compétentes, lorsqu'elles exercent leurs pouvoirs d'exécution en lien avec le règlement, seraient habilitées à: i) demander l'accès à des données, des documents ou toute information nécessaires aux prestataires de services de publicité à caractère politique; ii) ordonner la cessation des infractions et, le cas échéant, imposer des mesures correctives proportionnées à l'infraction; iii) imposer des amendes administratives et des sanctions financières, y compris des astreintes; iv) procéder à des inspections dans tout local utilisé par les prestataires de services de publicité à caractère politique à des fins liées à leur activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale.