

Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique

2021/0381(COD) - 02/02/2023 - Texte adopté du Parlement, vote partiel en 1ère lecture/lecture unique

Le Parlement européen a adopté par 433 voix pour, 61 contre et 110 abstentions, des amendements à la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique.

La question a été renvoyée à la commission compétente pour négociations interinstitutionnelles.

Les principaux amendements adoptés en plénière portent sur les points suivants :

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 ;
- l'utilisation de **techniques de ciblage** et de diffusion d'annonces publicitaires liées à la préparation, au placement, à la publication ou à la diffusion de publicités à caractère politique, qui impliquent le traitement de données à caractère personnel;
- **la supervision et le contrôle** de l'application du règlement, y compris en ce qui concerne la coopération et la coordination entre les autorités compétentes.

Il est précisé que les points de vue et opinions politiques exprimés sous la responsabilité éditoriale d'un prestataire de services de médias ne devraient pas être considérés comme de la publicité à caractère politique, à moins qu'une rémunération ne soit prévue pour leur placement, leur publication ou leur diffusion par des tiers.

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.

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. 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

Pour déterminer si un message constitue une annonce publicitaire à caractère politique, les députés suggèrent de prendre en considération toutes ses caractéristiques, et en particulier le contenu et la finalité du message, son parraineur, les paroles et les écrits utilisés 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

Les députés ont suggéré 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. Les éditeurs de publicité à caractère politique qui sont également de très grandes plateformes en ligne et de très grands moteurs de recherche en ligne devraient évaluer avec diligence tout risque systémique que leurs services de publicité à caractère politique présentent et mettre en place des mesures d'atténuation;
- 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;
- des exigences **d'étiquetage** permettant aux personnes d'identifier facilement une publicité à caractère politique en tant que telle, ainsi que la définition par la Commission des techniques normalisées et efficaces pour l'étiquetage de la publicité 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; les avis de transparence devraient être présentés sous une forme facilement accessible;
- 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**. Lorsqu'il demande le consentement de la personne concernée, le responsable du traitement devrait informer cette dernière que les données à caractère personnel qui lui ont été communiquées ne peuvent être traitées qu'aux fins de présenter de la publicité à caractère politique à la personne concernée.

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, comme par exemple les objectifs, les mécanismes et la logique de ciblage, y compris les paramètres d'inclusion et d'exclusion, et les raisons du choix de ces paramètres.

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

Le Parlement a préconisé de **renforcer la coopération au niveau européen** entre les autorités nationales compétentes, tout en préservant les compétences nationales dans ce domaine. Chaque État membre devrait désigner une autorité compétente comme point de contact national au niveau de l'Union aux fins de l'ensemble des aspects du règlement. Les points de contact nationaux assureraient une coopération efficace entre les autorités nationales compétentes et avec les autres points de contact nationaux et les autorités au niveau de l'Union.

Dans le cadre du réseau européen de coopération en matière d'élections, il est proposé d'établir un **réseau permanent de points de contact nationaux** qui servira de plate-forme pour l'échange régulier d'informations et pour une coopération structurée entre les points de contact nationaux et la Commission concernant tous les aspects du règlement.

Quant aux dispositions prévoyant que les États membres déterminent le régime des sanctions applicables en cas de manquement au règlement, le Parlement a suggéré que les États membres aient également la possibilité d'infliger des **astreintes** en cas de violations graves et répétées.

Enfin, toute personne aurait le droit d'introduire une **plainte** auprès de l'autorité compétente qui est le point de contact national de l'État membre dans lequel cette personne se trouve ou est établie contre des parraineurs et des prestataires de services de publicité à caractère politique pour violation du règlement.