Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique

2021/0381(COD) - 27/02/2024 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

Le Parlement européen a adopté par 470 voix pour, 50 contre et 105 abstentions, une résolution législative 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 position du Parlement européen arrêtée en première lecture dans le cadre de la procédure législative ordinaire modifie la proposition comme suit:

Objet, champ d'application

Les amendements clarifient que le règlement établit:

a) des règles harmonisées, y compris **des obligations de transparence et des obligations de diligence raisonnable**, applicables à la prestation de publicité à caractère politique et, le cas échéant, aux parraineurs, concernant la collecte, la conservation, la divulgation et la publication d'informations liées à la prestation de tels services sur le marché intérieur;

b) des règles harmonisées concernant l'utilisation des **techniques de ciblage** et des techniques de diffusion des annonces publicitaires impliquant le traitement de données à caractère personnel dans le cadre de la publicité à caractère politique en ligne;

c) des règles relatives à la **surveillance** et à l'exécution du présent règlement, y compris en ce qui concerne la coopération et la coordination entre les autorités compétentes.

Les règles ne concernent que les publicités à caractère politique **rémunérées**. Elles n'affectent ni le contenu des publicités à caractère politique ni les règles de conduite et de financement des campagnes politiques. Les opinions personnelles, les opinions politiques, telles que tout contenu journalistique non sponsorisé, ou la communication sur l'organisation et la participation aux élections par des sources officielles nationales ou européennes ne sont pas affectées.

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

Les prestataires de services de publicité à caractère politique ne doivent pas subordonner la prestation de leurs services à des restrictions discriminatoires fondées uniquement sur le lieu de résidence ou d' établissement du parraineur.

Les prestataires de services de publicité à caractère politique seront tenus, au cours des **trois mois précédant une élection ou un référendum**, de fournir des services de publicité à caractère politique uniquement aux citoyens de l'Union, aux ressortissants de pays tiers résidant de manière permanente dans l'Union et ayant le droit de vote lors de l'élection ou du référendum en question, ou aux personnes morales établies dans l'Union qui ne sont pas contrôlées par des entités de pays tiers.

Identification des services de publicité à caractère politique

Selon le texte amendé, il doit exister un lien clair et substantiel entre le message et sa capacité à influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, un comportement de vote ou un processus législatif ou réglementaire.

Pour déterminer si un message constitue de la publicité à caractère politique, il sera tenu compte de tous les facteurs pertinents au moment de la promotion, de la publication, de la distribution ou de la diffusion du message, tels que l'identité du parraineur du message, la forme et le contenu du message, la langue orale ou écrite utilisée pour transmettre le message, le contexte dans lequel le message est véhiculé, notamment la période pendant laquelle il est diffusé, par exemple une période électorale, l'objectif du message et les moyens par lesquels il est promu, publié, distribué ou diffusé et le public ciblé.

Registre

Les prestataires de services de publicité à caractère politique devront conserver les informations qu'ils recueillent dans le cadre de la prestation de leurs services, sur des points tels que i) les informations sur l' origine publique ou privée des montants et autres avantages reçus en échange partiel ou total du ou des services fournis, ainsi que sur le fait qu'ils proviennent de l'intérieur ou de l'extérieur de l'Union; ii) l' identité et les coordonnées du parraineur de l'annonce publicitaire à caractère politique et, le cas échéant, de l'entité contrôlant ledit parraineur en dernier ressort et, pour les personnes morales, leur lieu d' établissement.

Transparence

Chaque annonce publicitaire à caractère politique devra être accompagnée d'un **avis de transparence** comportant les informations suivantes:

- l'identité du parraineur et, le cas échéant, de l'entité contrôlant le parraineur en dernier ressort, y compris son nom, son adresse électronique et, lorsque cette information est publique, son adresse postale;

- les informations sur la personne physique ou morale qui fournit une rémunération en échange de l' annonce publicitaire à caractère politique si cette personne est différente du parraineur;

- les montants cumulés et la valeur cumulée des autres avantages perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique, en contrepartie totale ou partielle des services de publicité à caractère politique;

- les informations sur l'origine publique ou privée des montants et autres avantages, ainsi que sur le fait qu' ils proviennent de l'intérieur ou de l'extérieur de l'Union.

L'avis de transparence devra être disponible en ligne, clairement visible et facile d'utilisation. De plus, la Commission devra assurer, directement ou en déléguant cette responsabilité, la gestion du **répertoire européen** des annonces publicitaires à caractère politique en ligne, qui est un répertoire public de toutes les annonces publicitaires à caractère politique en ligne publiées dans l'Union ou s'adressant aux citoyens ou résidents de l'Union.

Ciblage et diffusion de la publicité politique en ligne

Afin de protéger les électeurs contre la manipulation, les techniques de ciblage et d'amplification ne seront possibles pour la publicité à caractère politique en ligne basée sur des données personnelles collectées auprès du sujet qu'une fois son **consentement explicite** et distinct donné. Les techniques ne

devront pas impliquer de «**profilage**». Les catégories particulières de données à caractère personnel (par exemple, l'appartenance ethnique, la religion, l'orientation sexuelle) ou les données relatives aux mineurs ne pourront pas être utilisées.

Autorités compétentes

Lorsqu'elles accomplissent leurs missions d'exécution en lien avec le règlement, les autorités compétentes seront habilitées à :

- demander l'accès à des données, à des documents ou à toute information nécessaire, en particulier auprès du parrainneur ou des prestataires de services de publicité à caractère politique concernés, que les autorités compétentes ne doivent utiliser qu'aux fins du contrôle et de l'évaluation du respect du règlement;

- émettre des avertissements à l'intention des prestataires de services de publicité à caractère politique concernant le non-respect des obligations prévues par le présent règlement;

- ordonner la cessation des infractions et exiger des parraineurs ou des prestataires de services de publicité à caractère politique de prendre les mesures nécessaires pour se conformer au règlement;

- imposer ou demander l'imposition par une autorité judiciaire d'amendes, de sanctions financières ou d' autres mesures financières, selon le cas.