Informations de base

2021/0381(COD) COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision) Règlement	Procédure terminée
Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique **Subject** 1.20.09 Protection de la vie privée et des données 2.40 Libre circulation et prestation des services 4.60.02 Information du consommateur, publicité, étiquetage **Priorités législatives** Déclaration commune 2021 Déclaration commune 2022 Déclaration commune 2023-24	

Acteurs principaux

Parlement européen

Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
IMCO Marché intérieur et protection des consommateurs	GOZI Sandro (Renew)	22/12/2021
	Rapporteur(e) fictif/fictive ARIAS ECHEVERRÍA Pablo (EPP) LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel (S&D) GEESE Alexandra (Greens/EFA) BIELAN Adam (ECR) JORON Virginie (ID) KOULOGLOU Stelios (The Left)	

Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
CULT Culture et éducation (Commission associée)	VERHEYEN Sabine (EPP)	22/03/2022
JURI Affaires juridiques	NIEBLER Angelika (EPP)	28/02/2022
LIBE Libertés civiles, justice et affaires intérieures (Commission associée)	DONÁTH Anna Júlia (Renew)	13/07/2022

	AFCO Affaires constitutionnelles	FREUND Daniel (Greens /EFA)	20/06/2022
Conseil de l'Union européenne			
Commission européenne	**DG de la Commission**	**Commissaire**	
	Justice et consommateurs	REYNDERS Didier	
Comité économique et social européen			

Evénements clés

Date	Evénement	Référence	Résumé
25/11/2021	Publication de la proposition législative	COM(2021)0731	Résumé
13/12/2021	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 1ère lecture		
05/05/2022	Annonce en plénière de la saisine des commissions associées		
24/01/2023	Vote en commission,1ère lecture		
26/01/2023	Dépôt du rapport de la commission, 1ère lecture	A9-0009/2023	Résumé
01/02/2023	Débat en plénière		
02/02/2023	Décision du Parlement, 1ère lecture	T9-0027/2023	Résumé
02/02/2023	Résultat du vote au parlement		
02/02/2023	Dossier renvoyé a la commission compétente aux fins de négociations interinstitutionnelles		
24/01/2024	Approbation en commission du texte adopté en négociations interinstitutionnelles de la 1ère lecture	GEDA/A/(2024)000267 PE758.111	
26/02/2024	Débat en plénière		
27/02/2024	Décision du Parlement, 1ère lecture	T9-0090/2024	Résumé
27/02/2024	Résultat du vote au parlement		
11/03/2024	Adoption de l'acte par le Conseil après la 1ère lecture du Parlement		
13/03/2024	Signature de l'acte final		
20/03/2024	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques

Référence de la procédure	2021/0381(COD)
Type de procédure	COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision)

Sous-type de procédure	Note thématique
Instrument législatif	Règlement
Base juridique	Règlement du Parlement EP 57_o Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne TFEU 016-p2 Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne TFEU 114
Autre base juridique	Règlement du Parlement EP 165
Consultation obligatoire d'autres institutions	Comité économique et social européen
État de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission	IMCO/9/07812

Portail de documentation

Parlement Européen

Type de document	Commission	Référence	Date	Résumé
Projet de rapport de la commission		PE732.754	16/06/2022	
Amendements déposés en commission		PE736.500	15/09/2022	
Amendements déposés en commission		PE736.517	15/09/2022	
Avis de la commission	AFCO	PE719.609	20/10/2022	
Avis de la commission	CULT	PE735.573	03/11/2022	
Avis de la commission	JURI	PE735.590	05/12/2022	
Avis de la commission	LIBE	PE734.324	08/12/2022	
Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique		A9-0009/2023	26/01/2023	Résumé
Texte adopté du Parlement, vote partiel en 1ère lecture /lecture unique		T9-0027/2023	02/02/2023	Résumé
Texte convenu lors de négociations interinstitutionnelles		PE758.111	20/12/2023	
Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique		T9-0090/2024	27/02/2024	Résumé

Conseil de l'Union

Type de document	Référence	Date	Résumé
Lettre de la Coreper confirmant l'accord interinstitutionnel	GEDA/A/(2024)000267	20/12/2023	
Projet d'acte final	00090/2023/LEX	13/03/2024	

Commission Européenne

Type de document	Référence	Date	Résumé
Document de base législatif	COM(2021)0731	25/11/2021	Résumé
Document annexé à la procédure	SEC(2021)0575	25/11/2021	
Document annexé à la procédure	SWD(2021)0355	25/11/2021	

Document annexé à la procédure	SWD(2021)0356	25/11/2021	
Réaction de la Commission sur le texte adopté en plénière	SP(2024)270	08/07/2024	

Autres Institutions et organes

Institution/organe	Type de document	Référence	Date	Résumé
EDPS	Document annexé à la procédure	N9-0014/2022 JO C 145 01.04.2022, p. 0012	20/01/2022	
EESC	Comité économique et social: avis, rapport	CES6449/2021	23/02/2022	
CofR	Comité des régions: avis	CDR1120/2022	27/04/2022	

Informations complémentaires

Source	Document	Date
Parlement européen	Briefing	08/07/2022
Commission européenne	EUR-Lex	

Réunions avec des représentant(e)s d'intérêts, publiées conformément au règlement intérieur

Rapporteur(e)s, rapporteur(e)s fictifs/fictives et président(e)s des commissions

Transparence

Nom	Rôle	Commission	Date	Représentant(e)s d'intérêts
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	03/10/2023	Meta
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	03/10/2023	European Partnership for Democracy
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	29/09/2023	Computer & Communications Industry Association
ARIAS ECHEVERRÍA Pablo	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	27/09/2023	Meta
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	21/09/2023	Flint Europe
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	15/09/2023	Access Now Europe Centre for Democracy & Technology, Europe
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	08/09/2023	Google Ireland Limited and its affiliates
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	20/07/2023	European Digital Rights
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	12/07/2023	The Authority for European Political Parties and European Political Foundations
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	06/07/2023	TikTok Technology Ltd

GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	27/06/2023	Google Ireland Limited and its affiliates
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	13/06/2023	Meta
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	26/05/2023	Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	24/05/2023	AWO Belgium BV (trading as AWO)
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	12/05/2023	Wikimedia Europe
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	13/04/2023	Google Ireland Limited and its affiliates
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	27/03/2023	Access Now Europe European Center for Not-for-Profit Law Stichting European Digital Rights European Partnership for Democracy European Youth Forum interface - tech analysis and policy ideas for Europe e.V. Center for Democracy and Technology
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	22/03/2023	Snapchat
VERHEYEN Sabine	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	09/03/2023	Bavarian Government
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	09/03/2023	Irish Council for Civil Liberties University of Amsterdam Bob Hoffman
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	28/02/2023	Access Now Europe European Partnership for Democracy Italian media regulatory authority AGCOM,
GARCÍA DEL BLANCO Ibán	Rapporteur(e) fictif/fictive	JURI	03/02/2023	Prisa Media
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	26/01/2023	Flint Europe
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	26/01/2023	Public Impact Brussels
BIELAN Adam	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	16/01/2023	Facebook
ARIAS ECHEVERRÍA Pablo	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	12/01/2023	Google Ireland Limited and its affiliates
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	20/12/2022	interface - tech analysis and policy ideas for Europe e.V.
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	19/12/2022	Campact
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	16/12/2022	Reset Tech GmbH
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	14/12/2022	Access Now Europe
ARIAS ECHEVERRÍA Pablo	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	12/12/2022	ACT Alliance Advocacy to the European Union MEP Arias Echeverría was not present in the room. One of his APA held this meeting on his behalf.
ARIAS ECHEVERRÍA Pablo	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	07/12/2022	Google Ireland Limited and its affiliates MEP Arias Echeverría was not present in the room. One of his APA held this meeting on his behalf.
BIELAN Adam	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	23/11/2022	YouTube
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	23/11/2022	European Digital Rights
LEITÃO-MARQUES				

Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	22/11/2022	TikTok Technology Ltd
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	17/11/2022	World Federation of Advertisers
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	16/11/2022	Bitkom e.V. Deutsche Welle VAUNET - Verband Privater Medien e. V. ERGA
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	14/11/2022	European Partnership for Democracy Institute for Strategic Dialogue
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	14/11/2022	Access Now Europe
GARCÍA DEL BLANCO Ibán	Rapporteur(e) fictif/fictive	JURI	14/11/2022	ACT Group
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	10/11/2022	Pinterest Europe Limited
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	09/11/2022	European Partnership for Democracy
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	09/11/2022	Google Ireland Limited and its affiliates NOVE Youtube
ARIAS ECHEVERRÍA Pablo	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	08/11/2022	World Federation of Advertisers
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	27/10/2022	European Digital Rights
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	24/10/2022	Centre for Democracy & Technology, Europe
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	24/10/2022	Interactive Advertising Bureau Europe
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	18/10/2022	Centre for Democracy & Technology, Europe
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	18/10/2022	TikTok Technology Ltd
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	10/10/2022	DOT Europe
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	27/09/2022	European Partnership for Democracy
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	22/09/2022	DOT Europe
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	21/09/2022	European Digital Rights
VERHEYEN Sabine	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	07/09/2022	EASA
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	05/09/2022	European Advertising Standards Alliance
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	01/09/2022	EBU-UER (European Broadcasting Union)
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	01/09/2022	ERGA
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	31/08/2022	World Federation of Advertisers
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	13/07/2022	DOT Europe

LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	13/07/2022	Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries
VERHEYEN Sabine	Rapporteur(e) pour avis	CULT	12/07/2022	Permanent Representation of the Kingdom of the Netherlands to the European Union Permanent Representation of Belgium to the European Union
ĎURIŠ NICHOLSONOVÁ Lucia	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	11/07/2022	Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	11/07/2022	European Partnership for Democracy
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	06/07/2022	Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	29/06/2022	LinkedIn Ireland
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	29/06/2022	interface - tech analysis and policy ideas for Europe e.V.
KOLAJA Marcel	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	CULT	28/06/2022	Access Now Europe
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	28/06/2022	Access Now Europe Centre for Democracy & Technology, Europe European Center for Not-for-Profit Law Stichting European Digital Rights European Partnership for Democracy interface - tech analysis and policy ideas for Europe e.V.
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	28/06/2022	Centre for Democracy & Technology, Europe European Center for Not-for-Profit Law Stichting European Partnership for Democracy interface - tech analysis and policy ideas for Europe e.V.
TANG Paul	Rapporteur(e) fictif /fictive pour avis	LIBE	21/06/2022	Access Now Europe Civil Liberties Union for Europe European Partnership for Democracy interface - tech analysis and policy ideas for Europe e.V. EDPS
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	14/06/2022	Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	09/06/2022	CDT
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	07/06/2022	EBU-UER (European Broadcasting Union)
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	07/06/2022	Google Ireland Limited and its affiliates
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	19/05/2022	EGTA
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	19/05/2022	European Magazine Media Association European Newspaper Publishers' Association
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	19/05/2022	EBU
VERHEYEN Sabine	Rapporteur(e) pour avis	CULT	19/05/2022	ARD-Europabüro ZDF-Europabüro
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	18/05/2022	European Publishers Council
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	13/05/2022	ARD-Europabüro ZDF Europabüro Brüssel
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	05/05/2022	World Federation of Advertisers

GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	04/05/2022	European Partnership for Democracy
GOZI Sandro	Rapporteur(e)	IMCO	31/03/2022	DOT
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	11/03/2022	European Digital Rights
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	10/03/2022	Interactive Advertising Bureau Europe
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive	IMCO	24/02/2022	European Partnership for Democracy

Autres membres

Transparence

Nom	Date	Représentant(e)s d'intérêts
KOKALARI Arba	12/07/2023	Google Ireland Limited and its affiliates
WÖLKEN Tiemo	08/02/2023	Campact
MANDERS Antonius	26/10/2022	NDP Nieuwsmedia
KOKALARI Arba	13/10/2022	Svenska Tidningsutgivareföreningen
KOKALARI Arba	05/07/2022	Meta
WALSH Maria	05/07/2022	Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries
GARCÍA DEL BLANCO Ibán	17/05/2022	EGTA
GARCÍA DEL BLANCO Ibán	04/05/2022	ACTE
KAMMEREVERT Petra	27/04/2022	ARD-Europabüro ZDF Europabüro Brüssel

Acte final

Règlement 2024/0900
JO OJ L 20.03.2024

Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique

2021/0381(COD) - 25/11/2021 - Document de base législatif

OBJECTIF : établir des règles harmonisées pour un niveau élevé de transparence de la publicité politique et des services connexes.

ACTE PROPOSÉ : Règlement du Parlement européen et du Conseil

RÔLE DU PARLEMENT EUROPÉEN : le Parlement européen décide conformément à la procédure législative ordinaire et sur un pied d'égalité avec le Conseil.

CONTEXTE : la publicité politique est un outil de campagne permettant de transmettre des messages politiques aux électeurs. Elle vise à influencer l'opinion des gens sur des sujets politiques et leurs décisions de vote. Elle est souvent réglementée de manière spécifique au niveau national, avec un accent particulier sur la transparence.

Les médias traditionnels des publicités politiques étaient autrefois les journaux, les affiches, la radio et la télévision. Cependant, ils ont été de plus en plus supplantés par la sphère numérique. La nature transfrontalière de la publicité politique en ligne a remis en question la pertinence des règles nationales, qui comprenaient généralement des restrictions visant à garantir la responsabilité démocratique et des processus plus équitables. Les opérateurs économiques ont des difficultés à déterminer les règles applicables et à s'y adapter, ce qui limite leur capacité à offrir des services publicitaires.

Plusieurs États membres ont légiféré ou ont l'intention de légiférer dans le domaine de la transparence de la publicité politique. Ces règles divergeant dans leur portée, leur contenu et leurs effets, de nouvelles règles nationales ponctuelles ne feraient qu'accroître la fragmentation des éléments essentiels de la transparence.

La présente proposition complète également la proposition de modification du règlement (UE) 1141/2014 relatif au statut et au financement des partis politiques européens et des fondations politiques européennes.

CONTENU : la proposition s'attaque à la fragmentation du cadre réglementaire existant et vise à promouvoir des **normes européennes élevées en matière de transparence des campagnes politiques et d'élections libres et équitables au niveau de l'UE**, à renforcer la résilience des processus démocratiques dans l'UE et à lutter contre la désinformation, la manipulation de l'information et l'ingérence dans les élections.

Le règlement proposé établit:

- des obligations harmonisées en matière de transparence imposant aux fournisseurs de publicité à caractère politique et de services connexes de conserver, de divulguer et de publier les informations liées à la fourniture de tels services;

- des règles harmonisées concernant l'utilisation des techniques de ciblage et d'amplification dans le cadre de la publication, de la diffusion ou de la promotion de publicités à caractère politique impliquant l'utilisation de données à caractère personnel.

Les principales mesures énoncées dans la proposition sont les suivantes :

Champ d'application

Les publicités à caractère politique couvriraient les messages diffusés par ou pour un acteur politique ou pour son compte, sauf s'il s'agit d'un message à caractère purement privé ou commercial, ou susceptible d'influencer le résultat d'une élection ou d'un référendum, un processus législatif ou réglementaire ou un comportement de vote.

Obligations de transparence applicables à la publicité à caractère politique payante

La proposition établit des mesures applicables à tous les prestataires de services de publicité à caractère politique intervenant dans **la préparation, le placement, la promotion, la publication ou la diffusion** de publicités à caractère politique. Elle prévoit en particulier des mesures concernant i) la transparence de la publicité à caractère politique, ii) l'obligation d'identifier les annonces publicitaires à caractère politique et iii) l'obligation de tenir des registres et de transmettre des informations aux éditeurs de publicité.

Les éditeurs de publicité seraient tenus de :

- faire figurer dans chaque annonce une **déclaration claire** indiquant qu'elle est de nature politique, indiquer le nom du parrainneur et mettre à disposition des informations permettant de comprendre le contexte plus large de la publicité politique et ses objectifs;

- publier chaque année **des informations sur les montants ou la valeur** des autres avantages perçus en tout ou en partie pour les services qu'ils ont fournis en rapport avec des annonces publicitaires à caractère politique;

- mettre en place des mécanismes conviviaux pour permettre aux citoyens de leur notifier les publicités qui ne respectent pas les obligations établies dans le règlement.

Utilisation des techniques de ciblage et d'amplification

La proposition régit l'utilisation de techniques de ciblage ou d'amplification impliquant le **traitement de données à caractère personnel** à des fins de publicité à caractère politique. Lorsque des données sensibles sont en jeu, une interdiction assortie d'exemptions spécifiques s'appliquerait.

En outre, les responsables du traitement qui recourent à ces techniques devraient mettre en œuvre une **politique interne**, tenir des registres et fournir des informations permettant aux personnes de comprendre les principaux paramètres du ciblage utilisé, ainsi que l'utilisation de données de tiers et de techniques analytiques supplémentaires.

Surveillance et application

La proposition prévoit l'obligation pour les prestataires de services de publicité politique non établis dans l'Union de désigner un **représentant légal** dans l'un des États membres où ils fournissent leurs services. Elle définit également quelles autorités sont chargées de la surveillance et de l'exécution des mesures spécifiques énoncées dans le règlement.

Amendes

Les États membres seraient tenus d'introduire des amendes effectives, proportionnées et dissuasives en cas de violation des règles de transparence de la publicité politique.

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 particulierle 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.

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.

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 parraineur 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.