











# Procedure file

Informations de base	
COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision) Règlement	2021/0381(COD)
En attente de la décision de la commission parlementaire	
Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique	
Sujet 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 <a href="#">Déclaration commune 2022</a> <a href="#">Déclaration commune 2021</a>	

Acteurs principaux			
Parlement européen	Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
	<b>IMCO</b> <a href="#">Marché intérieur et protection des consommateurs</a>	 <a href="#">GOZI Sandro</a> Rapporteur(e) fictif/fictive	22/12/2021
		 <a href="#">ARIAS ECHEVERRÍA</a> Pablo	
		 <a href="#">LEITÃO-MARQUES</a> Maria-Manuel	
		 <a href="#">GEESE Alexandra</a>	
		 <a href="#">JORON Virginie</a>	
		 <a href="#">BIELAN Adam</a>	
		 <a href="#">KOULOGLOU Stelios</a>	
	Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
	<b>AFCO</b> <a href="#">Affaires constitutionnelles</a>		20/06/2022
		 <a href="#">FREUND Daniel</a>	
	<b>CULT</b> <a href="#">Culture et éducation</a> (Commission associée)	 <a href="#">VERHEYEN Sabine</a>	22/03/2022
	<b>LIBE</b> <a href="#">Libertés civiles, justice et affaires intérieures</a> (Commission associée)	 <a href="#">DONÁTH Anna Júlia</a>	13/07/2022

Conseil de l'Union européenne  
Commission européenne

DG de la Commission

Commissaire

[Justice et consommateurs](#)

REYNDERS Didier

Comité économique et social  
européen

## Événements clés

25/11/2021	Publication de la proposition législative	<a href="#">COM(2021)0731</a>	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		

## Informations techniques

Référence de procédure	2021/0381(COD)
Type de procédure	COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision)
Sous-type de procédure	Législation
Instrument législatif	Règlement
Base juridique	Traité sur le fonctionnement de l'UE TFEU 114; Traité sur le fonctionnement de l'UE TFEU 016-p2; Règlement du Parlement EP 57
Consultation obligatoire d'autres institutions	<a href="#">Comité économique et social européen</a>
Étape de la procédure	En attente de la décision de la commission parlementaire
Dossier de la commission parlementaire	IMCO/9/07812

## Portail de documentation

Document de base législatif	<a href="#">COM(2021)0731</a>	25/11/2021	EC	Résumé
Document annexé à la procédure	SEC(2021)0575	25/11/2021	EC	
Document annexé à la procédure	SWD(2021)0355	25/11/2021	EC	
Document annexé à la procédure	SWD(2021)0356	25/11/2021	EC	
Document annexé à la procédure	N9-0014/2022 <a href="#">JO C 145 01.04.2022, p. 0012</a>	20/01/2022	EDPS	
Comité économique et social: avis, rapport	<a href="#">CES6449/2021</a>	23/02/2022	ESC	
Projet de rapport de la commission	<a href="#">PE732.754</a>	16/06/2022	EP	
Amendements déposés en commission	<a href="#">PE736.500</a>	15/09/2022	EP	
Amendements déposés en commission	<a href="#">PE736.517</a>	15/09/2022	EP	

## Informations complémentaires

Document de recherche	<a href="#">Briefing</a>	08/07/2022
-----------------------	--------------------------	------------

# Transparence et ciblage de la publicité à caractère politique

---

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 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 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 quelle est de nature politique, indiquer le nom du parraineur 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 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					
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	24/02/2022	European Partnership for Democracy (EPD)
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	10/03/2022	Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe)
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	11/03/2022	European Digital Rights (EDRI)
GOZI Sandro	Rapporteur(e)		IMCO	31/03/2022	DOT
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	04/05/2022	European Partnership for Democracy
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	05/05/2022	World Federation of Advertisers
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	13/05/2022	ARD-Verbindungsbüro Brüssel ZDF Europabüro Brüssel
GEESE Alexandra	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	18/05/2022	European Publishers Council
GOZI Sandro	Rapporteur(e)		IMCO	19/05/2022	EBU
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
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	07/06/2022	Google
LEITÃO-MARQUES Maria-Manuel	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	07/06/2022	EBU-UER (European Broadcasting Union)
?URI? NICHOLSONOVÁ Lucia	Rapporteur(e) fictif/fictive		IMCO	11/07/2022	Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries (f/k/a Facebook Ireland Limited)
KAMMEREVERT Petra	Membre	27/04/2022			ARD-Verbindungsbüro Brüssel ZDF Europabüro Brüssel
GARCÍA DEL BLANCO Ibán	Membre	04/05/2022			ACTE
GARCÍA DEL BLANCO Ibán	Membre	17/05/2022			EGTA
KOKALARI Arba	Membre	05/07/2022			Meta
WALSH Maria	Membre	05/07/2022			Meta Platforms Ireland Limited and its various subsidiaries (f/k/a Facebook Ireland Limited)