

Bruxelles, le 13 décembre 2022  
(OR. en)

---

---

**Dossier interinstitutionnel:  
2021/0381(COD)**

---

---

16013/1/22  
REV 1

AG 159  
COMPET 1027  
INST 460  
PE 154  
DATAPROTECT 360  
FREMP 269  
CONSOM 338  
TELECOM 524  
AUDIO 139  
MI 937  
DISINFO 107  
FIN 1356  
CODEC 2009

## RÉSULTATS DES TRAVAUX

---

Origine: Secrétariat général du Conseil  
Destinataire: délégations

---

N° doc. préc.: 15669/22  
N° doc. Cion: 14374/21 + COR 1 + COR 1 REV 1; + ADD 1 + COR 1 + ADD 1 COR 1  
REV 1; + ADD 2 to 4 - COM(2021) 731 final

---

Objet: Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU  
CONSEIL relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère  
politique  
- Orientation générale

---

Les délégations trouveront, à l'[annexe](#) de la présente note, le texte de l'orientation générale arrêtée par le Conseil des affaires générales lors de sa session du 13 décembre 2022.

Proposition de  
**RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL**  
**relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique**

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LE PARLEMENT EUROPÉEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment ses articles 16 et 114,

vu la proposition de la Commission européenne,

après transmission du projet d'acte législatif aux parlements nationaux,

vu l'avis du Comité économique et social européen<sup>1</sup>,

vu l'avis du Comité des régions<sup>2</sup>,

statuant conformément à la procédure législative ordinaire,

---

<sup>1</sup> JO C du , p. .

<sup>2</sup> JO C du , p. .

considérant ce qui suit:

- (1) L'offre et la demande en matière de publicité à caractère politique ne cessent de croître et revêtent de plus en plus souvent un caractère transfrontière. Un nombre important, diversifié et croissant de services sont associés à cette activité, tels que les sociétés de conseil politique, les agences de publicité, les plateformes de technologies publicitaires, les entreprises de relations publiques, les influenceurs et divers opérateurs en matière d'analyse de données et de courtage. La publicité à caractère politique peut prendre de nombreuses formes, dont le contenu payant, les résultats de recherche sponsorisés, les messages ciblés payants, la promotion des classements, la promotion d'une chose ou d'une personne dans un contenu comme le placement de produits, les influenceurs et d'autres mentions. Les activités connexes peuvent comprendre, par exemple, la diffusion de publicité à caractère politique à la demande d'un parraineur ou la publication de contenu contre rémunération.
- (2) La publicité à caractère politique peut être diffusée ou publiée par différents moyens et médias par-delà les frontières. Elle peut être diffusée ou publiée par l'intermédiaire de médias traditionnels hors ligne tels que la presse écrite, la télévision et la radio, ainsi que de manière croissante par l'intermédiaire de plateformes en ligne, de sites web, d'applications mobiles, de jeux informatiques et d'autres interfaces numériques. Ces dernières sont non seulement particulièrement susceptibles d'être proposées par-delà les frontières, mais elles posent aussi des difficultés nouvelles et importantes sur le plan de la réglementation et de l'application. Le recours à la publicité à caractère politique en ligne est en forte augmentation, et certaines formes linéaires de publicité à caractère politique hors ligne, telles que la radio et la télévision, sont également proposées en ligne en tant que services à la demande. Les campagnes de publicité à caractère politique tendent à être organisées pour utiliser toute une série de médias et de formes de communication.
- (3) Étant donné qu'elle est normalement fournie contre rémunération, ***ce qui peut inclure un avantage en nature***, la publicité, y compris la publicité à caractère politique, constitue une activité de service au sens de l'article 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (le "TFUE"). Dans la déclaration n° 22 relative aux personnes handicapées, annexée au traité d'Amsterdam, la Conférence des représentants des gouvernements des États membres est convenue que, lors de l'élaboration de mesures en vertu de l'article 114 du TFUE, les institutions de l'Union doivent tenir compte des besoins des personnes handicapées.

(4) La nécessité de garantir la transparence est un objectif public légitime, conforme aux valeurs partagées par l'UE et ses États membres en vertu de l'article 2 du traité sur l'Union européenne (le "TUE"). Il n'est pas toujours aisé pour les citoyens de reconnaître les annonces publicitaires à caractère politique et d'exercer leurs droits démocratiques de manière éclairée. ***La sophistication croissante de la désinformation, la diversification des acteurs, l'évolution rapide des nouvelles technologies et la diffusion accrue des ingérences manipulatrices constituent des défis importants pour l'Union et les États membres. La publicité à caractère politique peut être un vecteur de désinformation, en particulier lorsque la publicité ne révèle pas sa nature politique et lorsqu'elle est ciblée ou amplifiée.***

Un niveau élevé de transparence est nécessaire, entre autres, pour favoriser un débat politique ouvert et équitable ***dans la conduite de campagnes politiques démocratiques***, et des élections ou des référendums libres et réguliers, ainsi que pour lutter contre la désinformation et les ingérences illégales, y compris de l'étranger. [...]. La transparence de la publicité à caractère politique peut aider les électeurs à mieux comprendre, lorsqu'ils se retrouvent face à une annonce publicitaire à caractère politique, au nom de qui cette publicité est réalisée, et dans quelle mesure ils sont ciblés par un prestataire de services publicitaires. Grâce à la transparence, ils sont ainsi plus à même de faire des choix éclairés.

***(4 bis) Le présent règlement vise à garantir que la publicité à caractère politique est fournie dans le plein respect des droits fondamentaux, y compris, entre autres, des droits en matière de protection des données.***

- (5) Dans le contexte de la publicité à caractère politique, *il est fréquent d'utiliser* des techniques de ciblage et d'amplification *fondées sur le traitement des données à caractère personnel, y compris des données à caractère personnel observées et déduites, telles que des données révélant des opinions politiques et d'autres catégories particulières de données* [...]. On entend par techniques de ciblage [...] les techniques employées [...] pour adresser un message publicitaire à caractère politique uniquement à une personne ou à un groupe de personnes spécifique, *avec un contenu généralement sur mesure [...], fondé sur le traitement des données à caractère personnel, quelle que soit la manière dont celles-ci ont été obtenues. Les techniques d'amplification, qui comprennent un large éventail de techniques d'optimisation et de diffusion de la publicité, visent à* [...] accroître la circulation, la portée ou la visibilité d'une annonce publicitaire à caractère politique *sur la base du traitement des données à caractère personnel, quelle que soit la manière dont celles-ci ont été obtenues*. Compte tenu du pouvoir et du risque d'utilisation abusive des données à caractère personnel *en recourant*[...] au ciblage, y compris le micro-ciblage et d'autres techniques avancées, ces techniques peuvent représenter des menaces particulières pour des objectifs légitimes d'intérêt public, tels que l'équité, l'égalité des chances et la transparence dans le processus électoral et le droit fondamental d'être informé d'une manière objective, transparente et pluraliste.
- (6) La publicité à caractère politique fait actuellement l'objet d'une réglementation hétérogène dans les États membres et tend, dans de nombreux cas, à se concentrer sur les médias traditionnels. Il existe des restrictions spécifiques, notamment en ce qui concerne la prestation transfrontière[...] de services de publicité à caractère politique. Certains États membres interdisent aux prestataires de services de l'UE établis dans d'autres États membres de fournir des services de nature politique ou ayant un objectif politique pendant les périodes électorales. Dans le même temps, des failles et des lacunes dans les législations nationales peuvent exister dans certains États membres, la publicité à caractère politique étant parfois diffusée sans tenir compte des règles nationales pertinentes, et risquant ainsi de compromettre l'objectif de transparence fixé pour la publicité à caractère politique.
- (7) Afin de renforcer la transparence de la publicité à caractère politique et de répondre aux préoccupations des citoyens, certains États membres ont déjà envisagé ou envisagent de prendre des mesures supplémentaires visant à améliorer la transparence de la publicité à caractère politique et à favoriser un débat politique équitable et des élections ou des référendums libres et réguliers. Ces mesures nationales sont notamment envisagées pour la publicité publiée et diffusée en ligne et peuvent comporter de nouvelles interdictions. Les mesures en question sont plus ou moins contraignantes et comportent différents éléments de transparence.

- (8) Cette situation entraîne une fragmentation du marché intérieur, réduit la sécurité juridique pour les prestataires de services de publicité à caractère politique qui élaborent, placent, ***promeuvent***, publient ou diffusent des annonces publicitaires à caractère politique, crée des obstacles à la libre circulation de services connexes, fausse la concurrence sur le marché intérieur, notamment entre prestataires de services hors ligne et en ligne, et requiert des efforts de mise en conformité complexes ainsi que des coûts supplémentaires pour les prestataires de services concernés.
- (9) Dans ce contexte, les prestataires de services de publicité à caractère politique sont susceptibles d'être dissuadés de fournir leurs services dans des situations transfrontières. C'est particulièrement vrai pour les microentreprises et les PME, qui ne disposent souvent pas des ressources nécessaires pour absorber ou répercuter les coûts élevés de mise en conformité qui sont liés à l'élaboration, au placement, ***à la promotion***, à la publication ou à la diffusion de la publicité à caractère politique dans plus d'un État membre. La disponibilité des services s'en trouve réduite, tout comme la possibilité pour les prestataires de services d'innover et de proposer des campagnes multimédias et multinationales au sein du marché intérieur.
- (10) Il convient dès lors d'assurer un niveau élevé et cohérent de transparence de la publicité à caractère politique dans l'ensemble de l'Union lorsque des services de publicité à caractère politique sont fournis, tandis que les divergences qui entravent la libre circulation des services connexes au sein du marché intérieur devraient être évitées, en imposant des obligations de transparence uniformes aux prestataires de services de publicité à caractère politique garantissant la protection uniforme des droits des personnes et une surveillance dans l'ensemble du marché intérieur, sur la base de l'article 114 du TFUE.
- (11) Les États membres devraient s'abstenir de maintenir ou d'introduire dans leurs législations nationales des dispositions ***sur la transparence de la publicité à caractère politique*** qui s'écartent de celles établies par le présent règlement, en particulier des dispositions plus ou moins strictes prévoyant des niveaux de transparence différents dans le domaine de la publicité à caractère politique. L'harmonisation complète des exigences de transparence liées à la publicité à caractère politique accroît la sécurité juridique et réduit la fragmentation des obligations que les prestataires de services respectent dans le contexte de la publicité à caractère politique.

- (12) L'harmonisation complète des exigences de transparence devrait s'entendre sans préjudice de la liberté des prestataires de services de publicité à caractère politique de communiquer, sur une base volontaire, d'autres informations sur la publicité à caractère politique, *par exemple le taux de clics d'une annonce publicitaire à caractère politique en ligne*, dans le cadre de la liberté d'expression *et d'information* protégée par l'article 11 de la charte des droits fondamentaux.
- (13) Le présent règlement *se limite à l'harmonisation des règles relatives à la transparence ainsi qu'au ciblage et à l'amplification de la publicité à caractère politique. Il n'affecte ni [...] [...] le contenu des annonces publicitaires[...] à caractère politique, ni les règles de l'Union ou des États membres régissant les aspects liés à la publicité à caractère politique autres que ceux qui relèvent du présent règlement. En tant que tel, le présent règlement ne modifie pas les règles régissant la conduite et le financement de campagnes politiques, y compris les interdictions ou limitations générales de la publicité à caractère politique pendant des périodes déterminées, les périodes dites de silence, les dons de donateurs de campagne individuels ou les interdictions concernant l'utilisation de la publicité commerciale à des fins de campagne électorale[...] [...].*
- (13 bis) *Les besoins spécifiques des micro, petites et moyennes entreprises devraient être pris en compte dans l'application et le contrôle de l'application du présent règlement, conformément au principe de proportionnalité. La notion de micro, petites et moyennes entreprises devrait être comprise au sens de l'article 3, paragraphes 1 à 3, de la directive 2013/34/UE.*

(14) Le règlement devrait prévoir **des** exigences de transparence harmonisées applicables aux acteurs économiques qui fournissent des services de publicité à caractère politique et des services connexes (c'est-à-dire les activités qui sont normalement réalisées contre rémunération, **ce qui peut inclure un avantage en nature**); ces services consistent notamment en des activités telles que l'élaboration, le placement, la promotion, la publication et la diffusion **d'annonces publicitaires** [...] à caractère politique. Les dispositions du présent règlement qui prévoient un niveau de transparence élevé pour les services de publicité à caractère politique sont fondées sur l'article 114 du TFUE. Le présent règlement devrait également traiter des questions relatives à l'utilisation des techniques de ciblage et d'amplification dans le contexte de la [...] publicité à caractère politique, **qui sont fondées sur** [...] le traitement de données à caractère personnel, **indépendamment du fait que cela implique ou non un service**. Les dispositions du présent règlement qui portent sur le recours au ciblage et à l'amplification sont fondées sur l'article 16 du TFUE. La publicité à caractère politique destinée à des particuliers dans un État membre devrait inclure la publicité entièrement élaborée, placée, **promue**, [...] publiée **ou diffusée** par des prestataires de services établis en dehors de l'Union mais diffusés auprès de particuliers dans l'Union. Afin de déterminer si une annonce publicitaire à caractère politique s'adresse à des particuliers dans un État membre, il convient de tenir compte de facteurs la reliant à cet État membre, notamment la langue, le contexte, l'objectif de l'annonce et ses moyens de diffusion.

**(14 bis) Les spécificités du support de publication ou de diffusion de l'annonce publicitaire à caractère politique devraient être prises en compte dans l'application du présent règlement, en particulier pour adapter les modalités à la télévision, à la radio et aux journaux, selon le cas, dans le respect du droit de l'Union.**

(15) Il n'existe pas au niveau de l'Union de définition de la publicité à caractère politique ou d'une annonce publicitaire à caractère politique. Une définition commune est nécessaire pour définir le champ d'application des exigences de transparence harmonisées et des règles relatives au ciblage et à l'amplification. Cette définition devrait couvrir les nombreuses formes que la publicité à caractère politique peut revêtir, ainsi que tous ses moyens et modes de publication ou de diffusion au sein de l'Union, que la source soit située dans l'Union ou dans un pays tiers.



- (16) La définition de la publicité à caractère politique devrait inclure la publicité *élaborée, placée, promue*, publiée ou diffusée directement ou indirectement par un acteur politique, ou la publicité *élaborée, placée, promue*, publiée ou diffusée directement ou indirectement pour un acteur politique ou pour le compte de celui-ci. ***La publicité à caractère politique est généralement placée directement ou indirectement sous le contrôle d'un parraineur, qui pourrait être un acteur politique, et qui serait notamment en mesure de déterminer la nature politique, le contenu ou la publication de la publicité à caractère politique élaborée, placée, promue, publiée ou diffusée. Il peut arriver qu'une autre entité exerce en dernier ressort un contrôle effectif sur la prise de décision pertinente du parraineur, par l'octroi d'un financement ou par d'autres formes de contrôle, y compris le contrôle des entreprises. Il convient donc de veiller à ce que les normes de transparence prévues par le présent règlement couvrent de telles situations.*** Étant donné que les annonces publicitaires diffusées par ou pour un acteur politique, ou pour le compte de celui-ci, ne peuvent être dissociées de l'activité exercée par cette personne en sa qualité d'acteur politique, il y a lieu de présumer qu'elles sont susceptibles d'influencer le débat politique, sauf dans le cas de messages de nature purement privée ou commerciale. ***Afin de déterminer si un message est de nature purement privée ou commerciale, il convient de tenir compte de tous les facteurs pertinents tels que son contenu, la langue utilisée pour transmettre le message, le contexte dans lequel le message est véhiculé, y compris la période de diffusion, l'objectif du message et les moyens par lesquels le message est promu, le fait que le message soit publié ou diffusé, ainsi que le public ciblé. Les messages qui sont promus, publiés ou diffusés pour un acteur politique ou pour le compte de celui-ci à un nombre potentiellement illimité de tiers ne devraient pas être considérés comme étant purement privés.***

- (17) La ***promotion***, la publication ou la diffusion, effectuée par d'autres acteurs, d'un message susceptible ***et ayant pour objet*** d'influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, ***un comportement de vote***, ou un processus législatif ou réglementaire [...] [...] ***au niveau local, régional, national ou de l'Union ou au niveau d'un parti politique*** devrait également relever de la publicité à caractère politique. ***Il devrait exister un lien clair et substantiel entre le message et sa probabilité d'influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, un processus législatif ou réglementaire ou un comportement de vote.*** Afin de déterminer ***l'existence d'un tel lien***, [...] il convient de tenir compte de tous les facteurs pertinents, tels que le ***parraineur du message***, le contenu du message, la langue utilisée pour transmettre le message, le contexte dans lequel le message est véhiculé, ***y compris la période de diffusion, telle qu'une période électorale***, l'objectif du message, [...] les moyens par lesquels le message est ***promu***, publié ou diffusé, ***et le public ciblé***. Les messages portant sur des questions sociétales ou controversées (***les "publicités engagées"***) peuvent être susceptibles [...] d'influencer ***et conçus*** pour influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, un processus législatif ou réglementaire ou un comportement de vote.
- (18) ***Dans l'intérêt d'une communication efficace avec le grand public, les communications publiques faites par ou pour toute autorité publique d'un État membre, y compris des membres du gouvernement, ou pour le compte de celle-ci, par exemple des communiqués de presse ou des conférences annonçant des initiatives législatives ou réglementaires et expliquant le choix stratégique qui sous-tend ces initiatives, ne devraient pas être considérées comme relevant de la publicité à caractère politique, pour autant qu'elles n'aient pas pour objet d'influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, un comportement de vote, ou un processus législatif ou réglementaire. De même, les informations pratiques émanant de sources officielles des États membres ou de l'Union en ce qui concerne exclusivement l'organisation et les modalités de participation aux élections ou aux référendums, y compris les candidatures ou l'objet de la question soumise au référendum, ne devraient pas non plus être considérées comme relevant de la publicité à caractère politique.***

- (18 bis) *Le présent règlement ne devrait pas s'appliquer lorsqu'un espace public déterminé pour la présentation des candidats est expressément prévu par la loi et attribué gratuitement, par exemple en mettant à disposition un espace dédié à cette présentation dans les communes et autres espaces publics ou en attribuant un certain temps de diffusion à la télévision, lorsque cela est fait de manière équitable et non discriminatoire, sur la base de critères transparents et objectifs.*
- (19) Les *opinions* politiques exprimées *dans tout média sous la responsabilité éditoriale, y compris, mais sans s'y limiter*, dans les programmes de services de *médias audiovisuels au sens de l'article 1er, paragraphe 1, point a), de la directive 2010/13/UE, dans les émissions radio linéaires et non linéaires [...], [...]* publiées dans les médias imprimés *ou dans les médias en ligne, sauf si une rémunération spécifique est prévue ou liée à l'expression de cette opinion politique [...]* ne devraient pas être couvertes par le présent règlement.
- (20) Aux fins du présent règlement, la notion d'élection comprend les élections au Parlement européen ainsi que toutes les élections ou référendums organisés aux niveaux national, régional et local dans les États membres et les élections visant à établir la direction des partis politiques. Le règlement ne devrait pas viser d'autres formes d'élections, telles que les scrutins *professionnels* ou les scrutins organisés de manière privée.
- (21) Il est nécessaire de définir l'annonce publicitaire à caractère politique comme étant un cas de publicité à caractère politique. Les annonces publicitaires comprennent les moyens par lesquels le message publicitaire est communiqué, notamment par la presse écrite, par l'intermédiaire des médias audiovisuels ou via un service de plateformes en ligne.
- (22) Les acteurs politiques au sens du présent règlement devraient se référer à des notions définies par le droit de l'Union, ainsi que par les législations nationales, conformément aux instruments juridiques internationaux tels que ceux du Conseil de l'Europe. La notion *d'acteurs* [...] politiques devrait inclure les entités affiliées et les filiales *d'un parti politique*, dotées ou non de la personnalité juridique, qui ont été établies afin de *le* [...] soutenir ou de poursuivre [...] ses objectifs, par exemple en dialoguant avec un groupe spécifique d'électeurs ou à des fins électorales spécifiques.

- (23) La notion d'acteurs politiques devrait également inclure les *candidats à tout mandat électif ou les titulaires d'un tel mandat*, [...], [...] [...] et les membres de l'exécutif *d'un État membre* aux niveaux [...] national, régional ou local *ou des institutions de l'Union, à l'exception de la Cour de justice de l'Union européenne, de la Banque centrale européenne et de la Cour des comptes*. [...].
- (24) La notion de campagne de publicité à caractère politique devrait viser l'élaboration, *le placement, la promotion*, la publication et la diffusion d'une série d'annonces publicitaires liées dans le cadre d'un contrat de publicité à caractère politique, sur la base d'une élaboration, d'un parrainage et d'un financement conjoints. [...].
- (25) La définition de la publicité à caractère politique ne devrait pas avoir d'incidence sur les définitions nationales des partis politiques, des objectifs politiques ou des campagnes, *ni modifier les règles de campagne ou interférer avec celles-ci* [...], au niveau national.
- (25 bis) La définition d'acteur politique n'interfère pas avec les règles nationales relatives aux personnes pouvant mener une campagne politique et ne devrait pas obliger les États membres à définir de telles règles.*
- (26) Afin de couvrir le large éventail des prestataires de services pertinents liés aux services de publicité à caractère politique, les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient s'entendre comme comprenant les prestataires qui participent à l'élaboration, au placement, à la promotion, à la publication [...] *ou à la diffusion d'annonces publicitaires* [...] à caractère politique. *Les prestataires qui fournissent des services purement accessoires en lien avec des services de publicité à caractère politique ne devraient pas être considérés comme des prestataires de services de publicité à caractère politique au sens du présent règlement. Les services accessoires sont des services qui, de manière générale, dépendent d'un service de publicité à caractère politique et le complètent, mais qui n'ont aucune influence directe sur le contenu ou la présentation de la publicité à caractère politique, ni un contrôle direct sur son élaboration, son placement, sa promotion, sa publication ou sa diffusion. Ces services comprennent, par exemple, les services postaux, les services d'impression, la conception graphique, sonore ou photographique, ainsi que les services de "simple transport", de "mise en cache" et d'"informatique en nuage", au sens du règlement (UE) 2022/xxx [la législation sur les services numériques].*

- (26 bis) *Les éditeurs de publicité à caractère politique devraient être considérés comme des prestataires de services de publicité à caractère politique, normalement à la fin de la chaîne de prestataires de services, qui publient et diffusent de la publicité à caractère politique en diffusant, en mettant à disposition par l'intermédiaire d'une interface ou en la portant autrement dans le domaine public.*
- (26 ter) *La notion de parraineur devrait s'entendre comme désignant la personne ou l'entité pour le compte de laquelle la publicité à caractère politique est élaborée, placée, promue, publiée ou diffusée, par exemple un candidat individuel à une élection, un tiers enregistré ou un parti politique, et qui est normalement la personne ou l'entité qui fournit une rémunération en échange de services de publicité à caractère politique.*
- (27) La notion de services de publicité à caractère politique ne devrait pas inclure les messages qui sont communiqués par des individus à titre purement personnel. *Toutefois, les particuliers ne devraient pas être considérés comme agissant à titre personnel s'ils publient des messages dont la diffusion ou la publication est financée par [...] un tiers.*
- (28) Une fois que *le parraineur déclare une publicité* [...] [...] comme étant [...] à caractère politique [...], cet aspect doit être clairement signalé aux autres prestataires impliqués dans les services de publicité à caractère politique. *Le parraineur devrait faire cette déclaration avec honnêteté.* En outre, dès qu'une [...] *publicité* [...] a été signalée comme *étant* [...] à caractère politique, sa diffusion ultérieure devrait toujours être conforme aux exigences de transparence. Par exemple, lorsqu'une [...] *annonce publicitaire à caractère politique au sens du présent règlement* est partagée entre citoyens ordinaires, la publicité devrait néanmoins toujours être identifiée comme publicité à caractère politique. *Dans le cadre d'un contrat, l'incapacité à agir de bonne foi devrait engager la responsabilité contractuelle.*

**(28 bis) *Compte tenu de l'importance de garantir en particulier l'efficacité des exigences de transparence, les parraineurs et les prestataires de services de publicité à caractère politique agissant pour le compte des parraineurs devraient transmettre de bonne foi les informations pertinentes de manière exhaustive et exacte, et sans retard indu, afin de permettre aux autres prestataires de la chaîne de services de publicité à caractère politique de respecter le présent règlement. Lorsque l'éditeur de publicité à caractère politique est le seul prestataire de services de publicité à caractère politique, le parraineur devrait communiquer ces informations à l'éditeur de publicité à caractère politique. En cas de déclaration ou d'information manifestement erronée, les prestataires de services de publicité devraient demander aux parraineurs et aux prestataires de services de publicité agissant pour le compte des parraineurs de corriger leur déclaration.***

**(28 ter) *Une déclaration ou une information devrait être considérée comme manifestement erronée si cela ressort du contenu de l'annonce publicitaire, de l'identité du parraineur ou du contexte dans lequel le service concerné est fourni, sans autres vérifications ou recherches de faits.***

(29) Les règles de transparence énoncées dans le présent règlement ne devraient s'appliquer qu'aux services de publicité à caractère politique, c'est-à-dire à la publicité à caractère politique qui est normalement fournie contre rémunération, ce qui peut inclure un avantage en nature. Les exigences de transparence ne devraient pas s'appliquer au contenu téléchargé par un utilisateur d'un service intermédiaire en ligne, tel qu'une plateforme en ligne, et diffusé par le service intermédiaire en ligne sans prise en compte du placement, de la publication ou de la diffusion du message concerné, sauf si l'utilisateur a été rémunéré par un tiers pour l'annonce publicitaire à caractère politique.

(30) Les exigences de transparence ne devraient pas non plus s'appliquer au partage d'informations effectué par l'intermédiaire de services de communication électronique tels que les services de messagerie électronique ou les appels téléphoniques, pour autant qu'aucun service de publicité à caractère politique ne soit impliqué.

(31) La liberté d'expression *et d'information*, telle qu'elle est protégée par l'article 11 de la charte des droits fondamentaux, couvre le droit pour tout individu d'avoir des opinions politiques, de recevoir et de communiquer des informations politiques et de partager des idées politiques. Toute limitation à l'exercice de *cette liberté* [...] doit être conforme à l'article 52 de la charte des droits fondamentaux. *Cette* [...] [...] liberté peut faire l'objet de modulations et de restrictions lorsqu'elles répondent à des objectifs légitimes d'intérêt public et qu'elles respectent les principes généraux du droit de l'Union, tels que la proportionnalité et la sécurité juridique. Tel est notamment le cas lorsque les idées politiques sont communiquées par l'intermédiaire de prestataires de services de publicité.

*(31 bis) Le présent règlement n'a pas pour effet d'obliger les États membres à prendre des mesures contraires aux principes fondamentaux relatifs à la liberté d'expression, en particulier à la liberté de la presse et à la liberté d'expression dans d'autres médias, tels qu'ils résultent des traditions constitutionnelles ou des règles régissant les droits et responsabilités de la presse ou d'autres médias ainsi que les garanties de procédure en la matière, lorsque ces règles portent sur la détermination ou la limitation de la responsabilité.*

(32) En ce qui concerne les intermédiaires en ligne, le règlement (UE) 2022[...]/XX [législation sur les services numériques] s'applique aux annonces publicitaires à caractère politique publiées ou diffusées par des intermédiaires en ligne au moyen de règles horizontales applicables à tous les types de publicités en ligne, y compris les annonces publicitaires à caractère commercial et politique. Sur la base de la définition de la publicité à caractère politique établie dans le présent règlement, il convient d'apporter des précisions supplémentaires sur les exigences de transparence prévues pour les éditeurs de publicité relevant du champ d'application du règlement (UE) 2022[...]/XX [législation sur les services numériques], notamment les très grandes plateformes *en ligne*. Les informations relatives au financement des annonces publicitaires à caractère politique sont ici plus particulièrement visées. Les exigences du présent règlement n'affectent pas les dispositions de la législation sur les services numériques, notamment en ce qui concerne les obligations d'évaluation et d'atténuation des risques incombant aux très grandes plateformes en ligne à l'égard de leurs systèmes publicitaires.

- (33) L'élaboration, le placement, la promotion, la publication et la diffusion **d'annonces publicitaires** [...] à caractère politique peuvent impliquer une chaîne complexe de prestataires de services. Tel est notamment le cas lorsque la sélection du contenu publicitaire, la sélection des critères de ciblage **et d'amplification**, la fourniture de données utilisées pour le ciblage **et l'amplification** d'une annonce publicitaire, les techniques de ciblage **et d'amplification** et la diffusion d'une annonce publicitaire peuvent être contrôlées par différents prestataires de services. Par exemple, les services automatisés peuvent contribuer à faire correspondre le profil de l'utilisateur d'une interface avec le contenu publicitaire fourni, en utilisant les données à caractère personnel collectées directement auprès de l'utilisateur du service et découlant du comportement en ligne des utilisateurs, ainsi que les données déduites.
- (34) Compte tenu de l'importance de garantir en particulier l'efficacité des exigences de transparence, y compris pour vérifier qu'elles sont respectées, les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient veiller à ce que les informations pertinentes qu'ils recueillent dans le cadre de la fourniture de leurs services, y compris la mention indiquant qu'une annonce publicitaire est de nature politique, soient **complètes et exactes et** communiquées à l'éditeur de publicité à caractère politique qui met l'annonce concernée à la disposition du public. Pour favoriser la mise en œuvre efficace de cette exigence et la communication rapide et précise de ces informations, les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient **les transmettre en même temps qu'ils fournissent le service concerné, et** envisager et soutenir l'automatisation de la transmission des informations entre eux. **Lorsqu'un prestataire de services de publicité à caractère politique apprend que les informations qu'il a transmises ont été mises à jour, il devrait veiller à ce que ces informations actualisées soient communiquées à l'éditeur de publicité à caractère politique concerné.**
- (34 bis) **Les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient être considérés comme conscients que les informations devraient être mises à jour lorsque le parraineur ou le prestataire de services agissant en son nom informe le prestataire de services de publicité à caractère politique d'un changement pertinent. L'éditeur de publicité à caractère politique peut également venir à avoir connaissance de cette nécessité de mise à jour par le biais du mécanisme de signalement prévu par le présent règlement.**



*(34 ter) Si les prestataires de services de publicité à caractère politique [...] viennent à avoir connaissance d'une erreur manifeste, d'une inexactitude ou du caractère incomplet des informations communiquées, les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient s'efforcer raisonnablement de veiller à ce que cette erreur manifeste, cette inexactitude ou cette information manquante soit corrigée, notamment par une confirmation des informations fournies par le prestataire de services de publicité à caractère politique ou, le cas échéant, par le parraineur lui-même. Cela ne devrait pas équivaloir pour le prestataire de services de publicité à caractère politique à une obligation générale de contrôler la véracité des déclarations concernant la nature politique des annonces publicitaires ou d'effectuer des exercices d'information excessifs ou coûteux. Les efforts raisonnables peuvent également se refléter dans les accords contractuels conclus entre les prestataires de services de publicité à caractère politique et avec le parraineur, le cas échéant. Les accords contractuels entre les prestataires de services et les parraineurs devraient permettre la transmission d'informations entre l'éditeur et le parraineur, par exemple si des informations sont manquantes ou la publicité à caractère politique est arrêtée.*

*(34 quater) Des efforts raisonnables devraient inclure des mesures diligentes et objectives, telles que la prise de contact avec le parraineur ou le prestataire de services de publicité à caractère politique concernés, afin de compléter ou de corriger les informations. Il convient de tenir compte de la nature et de l'importance des informations erronées ou manquantes au regard des exigences fixées par le présent règlement.*

(35) Lorsqu'une construction commerciale ou contractuelle artificielle risque de compromettre l'efficacité des obligations de transparence prévues dans le **présent** [...] règlement, ces obligations devraient s'appliquer à l'entité ou aux entités qui fournissent en substance le service de publicité.

(36) [...]

- (37) Bien que prévoyant des exigences spécifiques, aucune des obligations énoncées dans le présent règlement ne devrait être interprétée comme imposant une obligation générale de surveillance aux prestataires de services intermédiaires pour les contenus politiques partagés par des personnes physiques ou morales, ni comme imposant aux prestataires de services intermédiaires l'obligation générale de prendre des mesures proactives en ce qui concerne les contenus liés à des activités illicites que ces prestataires transmettent ou stockent.
- (38) La transparence de la publicité à caractère politique devrait permettre aux citoyens de comprendre qu'ils font face à une annonce publicitaire à caractère politique. Les éditeurs de publicité à caractère politique devraient veiller à ce que soit publiée, [...] **avec** chaque annonce publicitaire à caractère politique, une déclaration claire indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique et précisant l'identité de son parraineur. Le cas échéant, le nom du parraineur pourrait être assorti d'un logo politique. **Chaque annonce publicitaire à caractère politique, le cas échéant, devrait être mise à disposition, accompagnée d'une déclaration indiquant que l'annonce publicitaire à caractère politique a été ciblée ou amplifiée.** Les éditeurs de publicité à caractère politique devraient utiliser un système d'identification efficace, tenant compte de l'évolution des recherches scientifiques pertinentes et des meilleures pratiques en matière de transparence pour assurer l'identification comme telle de la publicité. **La présentation de la déclaration et le nom du parraineur peuvent varier en fonction des moyens utilisés. En ce qui concerne les services de radiodiffusion, il pourrait être fait usage, par exemple, d'une déclaration en amont ou en aval. Les éditeurs de publicité à caractère politique** [...] devraient également assurer la publication, [...] **avec** chaque annonce publicitaire à caractère politique, d'informations permettant de comprendre le contexte plus large de l'annonce et ses objectifs, lesquelles peuvent figurer dans l'annonce elle-même ou être fournies par l'éditeur sur son site web, accessibles par un lien, **un code à réponse rapide (ou "code QR")** ou une orientation équivalente, claire et conviviale, indiquée dans l'annonce.

(39) Ces informations devraient être communiquées dans un avis de transparence qui devrait également mentionner l'identité du parraineur et, ***le cas échéant, de l'entité qui le contrôle en dernier ressort***, afin de favoriser la responsabilité dans le processus politique. Il convient d'indiquer clairement le lieu d'établissement du parraineur et de préciser si celui-ci est une personne physique ou morale. Les données à caractère personnel concernant des personnes impliquées dans la publicité à caractère politique, sans rapport avec le parraineur ou un autre acteur politique concerné, ne devraient pas figurer dans l'avis de transparence. L'avis de transparence devrait également contenir des informations sur la période de diffusion, toute élection liée, le montant dépensé et la valeur des autres avantages perçus en tout ou en partie pour l'annonce publicitaire concernée, ainsi que pour l'ensemble de la campagne publicitaire, la source des fonds utilisés et d'autres informations afin de garantir l'équité de la diffusion de l'annonce publicitaire à caractère politique. Les informations sur la source des fonds utilisés concernent, par exemple, leur origine publique ou privée, ***et*** le fait qu'elles proviennent de l'intérieur ou de l'extérieur de l'Union européenne. Les informations relatives aux élections ou référendums connexes devraient comprendre, dans la mesure du possible, un lien vers des informations provenant de sources officielles concernant l'organisation et les modalités de participation ou de promotion de la participation à ces élections ou référendums. ***L'avis de transparence devrait être disponible aussitôt la publicité publiée ou diffusée, et les informations qu'il contient devraient être tenues à jour, en tant que de besoin.*** L'avis de transparence devrait également contenir des informations sur la manière de signaler les annonces publicitaires à caractère politique conformément à la procédure établie dans le présent règlement. Cette exigence devrait s'entendre sans préjudice des dispositions prévues en matière de notification conformément aux articles 14, 15 et 19 du règlement (UE) 2022[...]/XXX [législation sur les services numériques]. ***Les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient s'efforcer raisonnablement de veiller à ce que les informations soient complètes et exactes.***

- (40) Les informations à inclure dans l'avis de transparence devraient figurer dans l'annonce publicitaire elle-même ou être facilement consultables grâce à une indication dans l'annonce. ***La présentation des informations peut varier selon les moyens utilisés. Afin de consulter aisément les informations figurant dans l'avis de transparence d'une annonce publicitaire hors ligne, il pourrait être fait usage, par exemple, d'un lien spécifique vers une page web, d'un code à réponse rapide (ou "code QR") ou de mesures techniques conviviales équivalentes.*** L'exigence selon laquelle les informations relatives à l'avis de transparence doivent, entre autres, être clairement visibles devrait impliquer qu'elles figurent en bonne place dans l'annonce ou près de celle-ci. L'exigence selon laquelle les informations publiées dans l'avis de transparence doivent être facilement accessibles, lisibles par machine lorsque cela est techniquement possible et conviviales devrait impliquer que lesdites informations répondent aux besoins des personnes handicapées. L'annexe I de la directive (UE) 2019/882 (acte législatif européen sur l'accessibilité) contient des exigences en matière d'accessibilité des informations, y compris les informations numériques, qui devraient être utilisées pour rendre les informations politiques accessibles aux personnes handicapées.
- (41) Les avis de transparence devraient être conçus de manière à sensibiliser les utilisateurs et à faciliter l'identification claire des annonces publicitaires à caractère politique en tant que telles. Ils devraient être conçus de manière à rester en place, ***lorsque cela est techniquement possible***, ou à rester accessibles au cas où une annonce publicitaire à caractère politique est rediffusée, par exemple diffusée sur une autre plateforme ou transmise entre particuliers. Les informations contenues dans l'avis de transparence devraient être publiées dès que la publication des annonces publicitaires à caractère politique commence ***et jusqu'à ce qu'elle se termine*** [...]. ***Les éditeurs de publicité à caractère politique devraient conserver et mettre à disposition sur demande leurs avis de transparence avec toute modification éventuelle pendant cinq ans après la dernière publication.*** Les informations conservées devraient également comprendre des éléments sur la publicité à caractère politique qui a pris fin ou qui a été retirée par l'éditeur. ***Les prestataires de services de publicité à caractère politique qui ne sont pas de très grandes plateformes en ligne au sens du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques] devraient pouvoir décider du format à utiliser pour conserver ces informations.***

(42) Étant donné que les éditeurs de publicité à caractère politique mettent des annonces à caractère politique à la disposition du public, ils devraient publier ou diffuser ces informations au public en même temps que la publication ou la diffusion de l'annonce concernée. *Lorsqu'un éditeur de publicité à caractère politique vient à avoir connaissance, par quelque moyen que ce soit, qu'une annonce publicitaire à caractère politique n'obéit pas aux exigences de transparence prévues par le présent règlement, par exemple à la suite d'un signalement individuel, il devrait déployer des efforts raisonnables pour satisfaire aux exigences du présent règlement. Lorsque les informations ne peuvent pas être complétées ou corrigées sans retard injustifié, les éditeurs de publicité à caractère politique ne devraient pas mettre à la disposition du public les annonces publicitaires à caractère politique qui ne satisfont pas aux exigences de transparence prévues par le présent règlement ou devraient en arrêter la publication ou la diffusion. Dans une telle situation, les éditeurs de publicité à caractère politique devraient informer les prestataires de services de publicité à caractère politique concernés et, le cas échéant, le parraineur des mesures raisonnables prises pour satisfaire aux exigences du présent règlement. L'éditeur devrait informer le parraineur ou le prestataire de services agissant pour le compte du parraineur lorsque l'annonce publicitaire à caractère politique qu'il parraine n'est pas mise à disposition ou est arrêtée.*

(42 bis) *Lorsque le parraineur ou le prestataire de services de publicité à caractère politique constate que les informations transmises à l'éditeur de publicité à caractère politique ou publiées par celui-ci sont incomplètes ou inexactes, il devrait contacter, sans retard injustifié, l'éditeur de publicité à caractère politique concerné et, le cas échéant, transmettre les informations complétées ou corrigées à l'éditeur de publicité à caractère politique.*

(42 ter) *Les dispositions contractuelles peuvent comporter une clause permettant de facturer des frais raisonnables pour les mesures prises pour corriger ou compléter les informations.*

(42 quater) *Lorsqu'ils se conforment à leurs obligations au titre du présent règlement, les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient agir de manière impartiale et dans le respect des droits fondamentaux, ainsi que d'autres droits et intérêts légitimes. Les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient, par exemple, en particulier, tenir dûment compte de la liberté d'expression et d'accès à l'information, notamment la liberté et le pluralisme des médias.*

**(42 quinquies)** En outre, les éditeurs de publicité à caractère politique qui sont de très grandes plateformes en ligne au sens du règlement (UE) 2022[...]/XXX [législation sur les services numériques] devraient *veiller à ce que pour chaque annonce publicitaire à caractère politique*, [...] les informations contenues dans l'avis de transparence *soient mises à disposition immédiatement* [...] *dans* les répertoires d'annonces publicitaires publiés conformément à l'article [...] 39 du règlement [législation sur les services numériques]. *Ces informations devraient être tenues à jour et fournies conformément à une norme du secteur convenue en matière d'accessibilité, de structure des données et d'accès, au moyen d'une interface de programmation d'application commune accessible au public. Il convient d'apporter des précisions supplémentaires sur les exigences de transparence prévues pour les répertoires visés à l'article 39 du règlement (UE) 2021/XX [législation sur les services numériques]. Cela concerne principalement les informations sur l'annonce publicitaire à caractère politique retirée et la raison de ce retrait, en particulier les informations sur les cas dans lesquels des annonces publicitaires à caractère politique ont été mal identifiées ou illégalement ciblées. En outre, les très grandes plateformes en ligne peuvent publier d'autres informations concernant l'influence de l'annonce publicitaire, y compris des informations sur les taux de clics. Les autres prestataires de services de publicité à caractère politique devraient être encouragés à créer des répertoires similaires d'annonces publicitaires à caractère politique.* Cela facilitera le travail des acteurs intéressés, y compris les chercheurs, dans leur rôle spécifique consistant à soutenir des élections ou des référendums libres et équitables et des campagnes électorales équitables, notamment en soumettant les parraineurs de l'annonce publicitaire à caractère politique à un examen et en analysant le paysage de la publicité politique.

(43) Lorsque le prestataire du service de publicité à caractère politique qui héberge ou conserve d'une autre manière une annonce publicitaire à caractère politique et en fournit le contenu est différent du prestataire du service de publicité à caractère politique qui contrôle le site web ou toute autre interface [...] **présentant** finalement l'annonce publicitaire, il conviendrait de les considérer conjointement comme des éditeurs de publicité, chacun assumant la responsabilité liée au service spécifique qu'il fournit, afin de veiller à ce que l'identification soit assurée et à ce que l'avis de transparence et les informations pertinentes soient disponibles. Leurs dispositions contractuelles devraient [...] **leur permettre de** se conformer au présent règlement.

- (44) Des informations sur les montants dépensés et sur la valeur des autres avantages perçus en contrepartie totale ou partielle des services de publicité à caractère politique peuvent contribuer utilement au débat politique. Il convient de veiller à ce qu'un aperçu approprié des activités de publicité à caractère politique puisse être obtenu à partir des rapports annuels établis par les *prestataires de [...] services* de publicité à caractère politique concernés. Pour faciliter la surveillance et la responsabilité, ces rapports devraient inclure des informations sur les dépenses relatives au ciblage *ou à l'amplification* de la publicité à caractère politique au cours de la période considérée, agrégées en fonction de la campagne ou du candidat. Afin d'éviter des charges disproportionnées, ces obligations de rapports de transparence ne devraient pas s'appliquer aux entreprises remplissant les conditions prévues à l'article 3, *paragraphes 1, 2 et [...]3[...]*, de la directive 2013/34/UE.
- (45) Les éditeurs de publicité à caractère politique qui fournissent des services de publicité à caractère politique devraient mettre en place des mécanismes permettant aux [...] *personnes physiques ou morales* de leur signaler qu'une certaine annonce publicitaire à caractère politique qu'ils ont publiée n'est pas conforme au présent règlement. Les mécanismes de signalement de cette annonce devraient être faciles d'accès et d'utilisation et adaptés au format de diffusion par l'éditeur de publicité. Dans la mesure du possible, ces mécanismes devraient être accessibles au départ de l'annonce elle-même, par exemple sur le site web de l'éditeur de publicité. *Le cas échéant, les éditeurs de publicité à caractère politique devraient mettre en place des mesures techniques visant à garantir des normes minimales de sécurité informatique, y compris des mesures de protection contre le signalement automatisé.* Les éditeurs de publicité à caractère politique devraient pouvoir s'appuyer, le cas échéant, sur des mécanismes existants. *Par exemple, l[...]*orsque les éditeurs de publicité à caractère politique sont des fournisseurs de services d'hébergement en ligne au sens de la législation sur les services numériques, en ce qui concerne les annonces publicitaires à caractère politique hébergées à la demande des destinataires de leurs services, *les éditeurs de publicité à caractère politique peuvent s'appuyer sur le mécanisme de notification qu'ils ont établi conformément à l'article 14 de la législation sur les services numériques pour les signalements concernant la non-conformité des annonces au présent règlement. [...]*

- (45 bis) Les éditeurs de publicité à caractère politique peuvent établir des formulaires spécifiques pour les mécanismes de signalement prévus par le présent règlement, imposant de remplir des champs de données tels que les informations permettant d'identifier l'annonce non conforme présumée, une explication des motifs justifiant le signalement, le nom et l'adresse de courrier électronique de la personne physique ou morale soumettant le signalement, ainsi qu'une déclaration confirmant la conviction de bonne foi que les informations qu'il contient sont exactes.*
- (45 ter) Les éditeurs de publicité à caractère politique devraient s'efforcer raisonnablement de répondre avec diligence, de manière objective et sans retard injustifié aux signalements reçus conformément au présent règlement. Lorsqu'un signalement contient suffisamment d'informations pour permettre à un éditeur de publicité à caractère politique diligent d'identifier, sans examen détaillé, qu'une information est manquante ou inexacte, l'éditeur de publicité à caractère politique devrait être considéré comme ayant connaissance de l'inexactitude ou du caractère incomplet et devrait agir sans retard injustifié en contactant les prestataires de services concernés et, le cas échéant, le parraineur. Au moins sur demande, l'éditeur de publicité à caractère politique devrait informer les personnes ayant effectué le signalement des suites qui lui sont données.*
- (45 quater) Afin d'assurer l'efficacité des exigences de transparence lors d'une élection ou d'un référendum, les éditeurs de publicité à caractère politique qui sont de très grandes plateformes en ligne au sens du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques] devraient traiter, au cours du mois précédant l'élection ou le référendum, tout signalement qu'ils reçoivent au sujet de l'annonce publicitaire liée à [...] cette élection ou à ce référendum dans un délai de 48 heures, en contactant les prestataires de services de publicité à caractère politique concernés et, le cas échéant, le parraineur.*
- (45 quinquies) Toute mesure prise par un éditeur de publicité à caractère politique devrait être strictement ciblée, en ce sens qu'elle devrait avant tout servir à corriger et à compléter les informations exigées et, en dernier recours uniquement, à supprimer les éléments d'information spécifiques qui ne sont pas conformes au présent règlement, dans le respect de la liberté d'expression et d'information, et des autres droits fondamentaux.*



(46) Afin de permettre à des entités spécifiques de jouer leur rôle dans les démocraties, il convient d'établir des règles relatives à la transmission des informations publiées conjointement avec l'annonce publicitaire à caractère politique ou contenues dans l'avis de transparence à des acteurs intéressés tels que des chercheurs agréés, des journalistes, des organisations de la société civile et des observateurs électoraux [...] *reconnus*, afin de soutenir l'accomplissement de leurs rôles respectifs dans le processus démocratique. Les prestataires de services de publicité à caractère politique ne devraient pas être tenus de répondre à des demandes qui sont manifestement infondées, *peu claires* ou excessives. En outre, le prestataire de services concerné devrait être autorisé à facturer un montant raisonnable en cas de demandes [...] coûteuses, compte tenu des coûts administratifs liés à la fourniture des informations.

(47) Les données à caractère personnel qui sont recueillies directement auprès des particuliers ou indirectement (telles que les données déduites, lorsque des individus sont regroupés en fonction de leurs intérêts présumés, les données issues de l'activité en ligne, ou celles qui découlent du profilage comportemental et d'autres techniques d'analyse) sont de plus en plus utilisées pour cibler des messages politiques adressés à des groupes d'électeurs ou à des électeurs particuliers ou à des personnes particulières, et afin d'amplifier leur impact. Le traitement de données à caractère personnel, en particulier de catégories particulières de données à caractère personnel, [...] au sens du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil<sup>3</sup> et du règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil<sup>4</sup>, permet de segmenter différents groupes d'électeurs ou de particuliers et d'exploiter leurs caractéristiques ou vulnérabilités, par exemple en diffusant des annonces publicitaires à des moments et dans des lieux spécifiques conçus pour tirer parti des situations les rendant sensibles à un certain type d'informations ou de messages. Cela affecte négativement et spécifiquement les libertés et droits fondamentaux des citoyens en ce qui concerne le traitement de leurs données à caractère personnel ainsi que la possibilité pour eux de recevoir des informations objectives, de se forger leur opinion, de prendre des décisions politiques et d'exercer leur droit de vote, ce qui porte préjudice au processus démocratique. Des restrictions et conditions supplémentaires par rapport aux règlements (UE) 2016/679 et (UE) 2018/1725 sont nécessaires. Les conditions prévues dans le présent règlement en ce qui concerne l'utilisation de techniques de ciblage et d'amplification impliquant le traitement de données à caractère personnel dans le cadre de la publicité à caractère politique devraient être fondées sur l'article 16 du TFUE.

---

<sup>3</sup> Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données) (JO L 119 du 4.5.2016, p. 1).

<sup>4</sup> Règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil du 23 octobre 2018 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel par les institutions, organes et organismes de l'Union et à la libre circulation de ces données, et abrogeant le règlement (CE) n° 45/2001 et la décision n° 1247/2002/CE (JO L 295 du 21.11.2018, p. 39).

(48) Il conviendrait donc d'interdire les techniques de ciblage et d'amplification utilisées dans le cadre de la publicité à caractère politique et qui impliquent le traitement de **catégories particulières** de données à caractère personnel visé à l'article 9, paragraphe 1, du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725. L'utilisation de techniques de ce type ne devrait être autorisée que lorsqu'elle est effectuée par les responsables du traitement ou une personne agissant en **leur**[...] nom, avec le consentement explicite de la personne concernée, ou, dans le cadre de leurs activités légitimes et moyennant les garanties appropriées, par une fondation, une association ou tout autre organisme à but non lucratif et poursuivant une finalité politique, philosophique, religieuse ou syndicale, à condition que ledit traitement se rapporte exclusivement aux membres ou aux anciens membres dudit organisme ou aux personnes entretenant avec celui-ci des contacts réguliers en liaison avec ses finalités et que les données à caractère personnel ne soient pas communiquées en dehors de cet organisme sans le consentement des personnes concernées. Cette utilisation devrait être assortie de garanties [...] **supplémentaires**. Le consentement devrait s'entendre comme un consentement au sens du règlement (UE) 2016/679 et du règlement (UE) 2018/1725. [...] Il ne devrait pas être possible de se prévaloir des exceptions prévues à l'article 9, paragraphe 2, points b), c), e), f), g), h), i) et j), du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 2, points b), c), e), f), g), h), i) et j), du règlement (UE) 2018/1725, pour l'utilisation de techniques de ciblage et d'amplification en vue de la publication, la promotion ou la diffusion d'annonces publicitaires à caractère politique impliquant le traitement de données à caractère personnel visé, respectivement, à l'article 9, paragraphe 1, du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725. **L'application des autres dispositions des règlements (UE) 2016/679 et (UE) 2018/1725, y compris celles relatives à l'octroi et au retrait du consentement, à la prise de décision individuelle automatisée y compris le profilage et le droit d'opposition, n'est pas affectée par le présent règlement. Aux fins de la mise en œuvre des exigences du présent règlement, le consentement explicite au sens des règlements (UE) 2016/679 et (UE) 2018/1725 devrait être donné séparément et spécifiquement aux fins de la publicité à caractère politique. Conformément au droit de l'Union, les responsables du traitement devraient veiller à ce que la prise de décision individuelle ne soit pas affectée par des pièges à utilisateurs qui faussent ou altèrent la prise de décision autonome et éclairée, y compris des cases pré-cochées et d'autres techniques biaisées et opaques qui poussent ou incitent les personnes à prendre des décisions particulières qu'elles n'auraient pas prises autrement. En particulier, le mécanisme d'obtention de décisions devrait être clair et facile à utiliser, et l'importance relative donnée aux différentes solutions ne devrait pas viser à influencer la décision de la personne. Les informations fournies aux personnes à cet égard devraient être succinctes, rédigées de façon claire et compréhensible et rendues facilement accessibles, bien visibles et directement disponibles.**

*(48 bis) La communication interne d'un parti politique à destination de ses membres ne devrait pas être considérée comme utilisant des techniques de ciblage dans le contexte de la publicité à caractère politique, pour autant que cette communication soit limitée à ses membres et repose sur des données à caractère personnel fournies expressément par ces membres à cette fin.*

*(48 ter) Les personnes très jeunes constituent un groupe particulièrement vulnérable qui peut être exploité par l'utilisation abusive de techniques de ciblage et d'amplification. Bien qu'elles ne soient pas encore en droit de voter, ces personnes peuvent être spécifiquement ciblées afin de manipuler le débat. Il convient donc d'interdire, dans le contexte de la publicité à caractère politique, les techniques de ciblage ou d'amplification qui impliquent le traitement de données à caractère personnel d'une personne dont on sait avec une certitude raisonnable que l'âge est inférieur d'au moins un an à l'âge électoral fixé par les règles nationales.*

- (49) Afin d'assurer une transparence et une responsabilité accrues, ***et indépendamment du fait que la publicité à caractère politique implique ou non un service, des garanties supplémentaires devraient être mises en place lorsque sont utilisées***, dans le cadre de la publicité à caractère politique, des techniques de ciblage et d'amplification qui impliquent le traitement de données à caractère personnel ***que n'interdit pas le présent règlement. Ces exigences supplémentaires en matière de transparence et de responsabilité devraient s'appliquer, d'une part, au traitement impliquant des catégories particulières de données lorsque la personne concernée a donné son consentement explicite ou lorsque le traitement est effectué dans le cadre de ses activités légitimes, comme prévu à l'article 9, paragraphe 2, points a) et d), du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 2, points a) et d), du règlement (UE) 2018/1725, et, d'autre part, au traitement de données à caractère personnel dans le cadre de la publicité à caractère politique qui n'implique pas de catégories particulières de données. Ces exigences supplémentaires devraient compléter les garanties existantes, y compris celles concernant la décision automatisée conformément à l'article 22 du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 24 du règlement (UE) 2018/1725. [...] Les responsables du traitement[...] devraient adopter [...], mettre en œuvre et mettre à la disposition du public une politique décrivant [...] comment ces techniques sont utilisées [...] et tenir un registre de leurs activités pertinentes. Lors de la publication, de la promotion ou de la diffusion d'une annonce publicitaire à caractère politique fondée sur des techniques de ciblage et d'amplification, les responsables du traitement devraient fournir, en même temps que l'annonce, des informations utiles permettant à la personne concernée de comprendre la logique sous-jacente et les principaux paramètres du ciblage utilisé, ainsi que l'utilisation de données de tiers et de techniques analytiques supplémentaires, y compris si le ciblage de l'annonce a été encore renforcé au cours de la mise en œuvre.***
- (50) Les éditeurs de publicité à caractère politique qui recourent à des techniques de ciblage ou d'amplification devraient inclure dans leur avis de transparence les informations nécessaires pour permettre à la personne concernée de comprendre la logique sous-jacente et les principaux paramètres de la technique utilisée, et l'utilisation de données de tiers et de techniques analytiques supplémentaires. [...]

**(50 bis)** *Les exigences en matière de transparence et de responsabilité devraient s'appliquer à tous les responsables du traitement, que le responsable du traitement agisse en sa propre qualité, conjointement avec le prestataire de services de publicité à caractère politique ou qu'il soit la même entité que l'éditeur de publicité à caractère politique.* Si le responsable du traitement est différent de l'éditeur de publicité à caractère politique, le responsable du traitement devrait transmettre à l'éditeur de publicité à caractère politique les règles internes qu'ils suivent *et veiller à ce que les autres informations nécessaires pour se conformer au présent règlement soient communiquées à l'éditeur de publicité à caractère politique en temps utile et de manière exacte* [...].

**(50 ter)** Les prestataires de services de publicité devraient[...] transmettre à l'éditeur de publicité à caractère politique les informations nécessaires pour se conformer aux obligations qui leur incombent en vertu du présent règlement. La [...] **transmission** de ces informations pourrait être automatisée et intégrée dans les processus opérationnels ordinaires sur la base de normes.

(51) Afin de renforcer les possibilités pour les particuliers d'exercer leurs droits en matière de protection des données, les éditeurs de publicité à caractère politique devraient fournir des informations supplémentaires et des outils efficaces aux personnes concernées afin de faciliter l'exercice des droits que leur confère le cadre juridique de l'UE en matière de protection des données, y compris pour refuser leur consentement ou le retirer lorsqu'ils sont ciblés par une annonce publicitaire à caractère politique. Ces informations devraient également être facilement accessibles directement au départ de l'avis de transparence. Les outils mis à la disposition des personnes pour faciliter l'exercice de leurs droits devraient permettre effectivement d'empêcher qu'une personne soit ciblée par des annonces publicitaires à caractère politique et d'empêcher le ciblage sur la base de critères spécifiques et par un ou plusieurs responsables du traitement spécifiques.

(52) La Commission devrait encourager l'élaboration de codes de conduite au sens de l'article 40 du règlement (UE) 2016/679 afin de soutenir l'exercice des droits des personnes concernées à cet égard.

(53) Les informations à fournir conformément à toutes les exigences applicables à l'utilisation des techniques de ciblage et d'amplification au titre du présent règlement devraient être présentées dans un format aisément accessible, clairement visible et convivial, y compris en recourant à un langage simple.

- (54) Il convient d'établir des règles relatives à la transmission d'informations sur le ciblage à d'autres entités intéressées. Le régime applicable devrait être cohérent avec le régime de transmission des informations liées aux exigences de transparence.
- (55) Les prestataires de services de publicité à caractère politique établis dans un pays tiers qui proposent des services dans l'Union devraient désigner un représentant légal mandaté dans l'Union afin de permettre un contrôle efficace du respect du présent règlement par ces prestataires. Le représentant légal pourrait être celui désigné sur la base de l'article 27 du règlement (UE) 2016/679 ou celui désigné sur la base de l'article 11 du règlement (UE) 2022[...]/xxx [législation sur les services numériques].
- (55 bis) Le représentant légal désigné devrait s'enregistrer auprès d'une autorité compétente désignée à cet effet. Afin de fournir des informations facilement consultables sur les représentants légaux désignés des prestataires de services de publicité à caractère politique établis en dehors du territoire de l'Union, l'autorité compétente concernée devrait publier en ligne et mettre régulièrement à jour les informations sur les représentants légaux sur son territoire. La Commission devrait mettre en place un portail avec des liens vers les sites web fournis par les États membres.***
- (56) Dans l'intérêt d'un contrôle effectif du respect du présent règlement, il est nécessaire de confier aux autorités de surveillance la compétence de surveiller et de faire respecter les règles pertinentes. En fonction du système juridique de chaque État membre et conformément au droit de l'Union en vigueur, y compris le règlement (UE) 2016/679 et le règlement (UE) 2022/xxx [législation sur les services numériques], différentes autorités judiciaires ou administratives nationales sont susceptibles d'être désignées à cet effet.

- (57) En ce qui concerne le contrôle des services intermédiaires en ligne au titre du présent règlement, les États membres devraient désigner des autorités compétentes et veiller à ce que ce contrôle soit cohérent avec celui exercé par les autorités compétentes désignées en vertu de l'article 38 du règlement (UE) [législation sur les services numériques]. Les coordinateurs des services numériques dans chaque État membre, conformément au règlement (UE) [législation sur les services numériques], devraient en tout état de cause être chargés d'assurer la coordination au niveau national en ce qui concerne ces questions et d'entamer, le cas échéant, une coopération transfrontière avec d'autres coordinateurs de services numériques selon les mécanismes prévus par le règlement (UE) [législation sur les services numériques]. Dans le cadre de l'application du présent règlement, ce mécanisme devrait se limiter à la coopération nationale entre les coordinateurs de services numériques, et ne devrait pas inclure le renvoi au niveau de l'Union prévu par le règlement (UE) [législation sur les services numériques].
- (58) Aux fins de la surveillance des aspects du présent règlement qui ne relèvent pas de la compétence des autorités de contrôle en vertu du règlement (UE) 2016/679 et du règlement (UE) 2018/1725, les États membres devraient désigner des autorités compétentes **concernées**. Afin de soutenir le respect des libertés et droits fondamentaux, de l'État de droit, des principes démocratiques et de la confiance du public dans le contrôle de la publicité à caractère politique, il est nécessaire que ces autorités soient **impartiales**, structurellement indépendantes des interventions extérieures ou des pressions politiques et qu'elles soient dotées des pouvoirs nécessaires pour contrôler et prendre les mesures nécessaires pour assurer le respect du présent règlement, en particulier des obligations prévues à l'article 7. **Si les États membres peuvent désigner, notamment, les autorités ou organismes de régulation nationaux au titre de l'article 30 de la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil<sup>5</sup>, ils pourraient également désigner d'autres autorités, telles que les autorités électorales ou judiciaires.**

---

<sup>5</sup> Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive "Services de médias audiovisuels") (JO L 95 du 15.4.2010, p. 1).



(59) Lorsque des règles existent déjà dans le droit de l'Union en ce qui concerne la fourniture d'informations aux autorités compétentes et la coopération avec ces autorités et entre celles-ci, telles que l'article 9 du règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques] ou celles figurant dans le règlement (UE) 2016/679, ces règles devraient s'appliquer mutatis mutandis aux dispositions pertinentes du présent règlement.

*(59 bis) Afin d'appuyer l'application, la surveillance et l'exécution effectives des dispositions du présent règlement, et sans préjudice du règlement (UE) 2016/679, du règlement (UE) 2018/1725 et de la législation sur les services numériques, il est nécessaire de déterminer quelle autorité compétente devrait être responsable lorsque les services sont fournis dans plusieurs États membres, ou lorsque le prestataire de services exerce ses activités principales en dehors de l'État membre où est situé son principal établissement ou son représentant désigné. Lorsqu'un prestataire de services fournit des services de publicité à caractère politique dans plusieurs États membres, l'autorité ou les autorités compétentes de l'État membre dans lequel est situé le principal établissement du prestataire de services de publicité à caractère politique devraient normalement être responsables de l'application, de la surveillance et de l'exécution effectives des dispositions du présent règlement. Pour déterminer où un prestataire de services a son principal établissement, les autorités compétentes devraient tenir compte de l'endroit où le prestataire a son siège social où sont exercés les principales fonctions financières et le contrôle opérationnel.*

*(59 ter) Dans l'exercice de leurs pouvoirs d'enquête et d'exécution, les autorités compétentes de tous les États membres devraient coopérer et se prêter mutuellement assistance en tant que de besoin. Lorsque l'infraction présumée au présent règlement concerne exclusivement l'autorité ou les autorités compétentes d'un État membre où le prestataire de services de publicité à caractère politique n'a pas son principal établissement, l'autorité ou les autorités compétentes concernées devraient en informer l'autorité compétente du lieu d'établissement principal, qui devrait en conséquence apprécier la question et, s'il y a lieu, prendre les mesures d'exécution nécessaires.*

*(59 quater) Afin de faciliter davantage l'application et l'exécution effectives du présent règlement en cas de fourniture de services transfrontières, lorsque l'enquête sur une infraction présumée concerne la fourniture de services de publicité à caractère politique dans un ou plusieurs États membres dans lesquels le prestataire n'a pas son principal établissement, l'autorité compétente du lieu de l'établissement principal peut lancer et mener une enquête conjointe avec la participation de l'autorité ou des autorités compétentes concernées.*

(60) Les autorités compétentes pour le contrôle du respect du présent règlement devraient coopérer entre elles, tant au niveau national qu'au niveau de l'UE, en utilisant au mieux les structures existantes, y compris les réseaux nationaux de coopération, le réseau européen de coopération en matière d'élections visé dans la recommandation C (2018) 5949 final et le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels institué en vertu de la directive 2010/13/UE. Cette coopération devrait faciliter l'échange rapide et sécurisé d'informations sur les questions liées à l'exercice de leurs missions de surveillance et d'exécution conformément au présent règlement, notamment en recensant conjointement les infractions, en partageant les constatations et l'expertise et en se concertant sur l'application et l'exécution des règles concernées.

***(60 bis) Afin d'assurer une coopération efficace et structurée entre toutes les autorités compétentes, les experts désignés par les États membres devraient se réunir périodiquement à l'échelon de l'Union, en particulier dans le cadre du Réseau européen de coopération en matière d'élections travaillant en étroite coopération avec le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels et d'autres réseaux pertinents. Afin de renforcer la coopération et l'échange d'informations et de pratiques à l'échelon de l'Union, le Réseau européen de coopération en matière d'élections devrait coopérer étroitement avec le groupe des régulateurs européens pour les services de médias audiovisuels, notamment pour ce qui est de rendre compte des discussions menées au sujet du présent règlement.***

- (61) Afin de faciliter l'application effective des obligations établies dans le règlement, il est nécessaire d'habiliter les autorités nationales à demander aux ***prestataires de services de publicité à caractère politique*** [...] les informations pertinentes sur la transparence de l'annonce publicitaire à caractère politique. Les informations à transmettre aux autorités compétentes pourraient concerner une campagne publicitaire, être agrégées par année ou concerner des annonces publicitaires spécifiques. Afin de garantir que les demandes d'informations de ce type puissent être satisfaites de manière effective et efficace, et en même temps que les prestataires de services de publicité à caractère politique ne soient soumis à aucune charge disproportionnée, il est nécessaire de fixer certaines conditions auxquelles ces demandes devraient satisfaire. Dans l'intérêt de la surveillance en temps utile d'un processus électoral en particulier, les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient répondre rapidement aux demandes des autorités compétentes, et toujours dans un délai de [...] ***dix*** jours ouvrables à compter de la réception de la demande. ***Au cours du dernier mois de la campagne électorale, une violation de ces obligations devrait être considérée comme ayant une incidence négative et grave sur les droits des citoyens, et les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient dès lors fournir les informations demandées dans un délai de 48 heures. Les prestataires de services de publicité à caractère politique remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, paragraphes 1, 2 et 3, de la directive 2013/34/UE devraient s'efforcer raisonnablement de fournir les informations demandées dans les meilleurs délais et, si possible, avant la date de l'élection ou du référendum.*** Par souci de sécurité juridique et dans le respect des droits de la défense, les demandes d'informations émanant d'une autorité compétente devraient contenir une motivation adéquate et des informations sur les voies de recours disponibles. Les prestataires de services de publicité à caractère politique devraient désigner des points de contact pour interagir avec les autorités compétentes. Ces points de contact pourraient être électroniques.
- (62) Les États membres devraient désigner un point de contact au niveau de l'Union aux fins du présent règlement. Ce point de contact devrait, si possible, être membre du réseau européen de coopération en matière d'élections. Il devrait faciliter la coopération entre les autorités compétentes des États membres dans leurs tâches de surveillance et d'exécution, notamment en faisant office d'intermédiaire avec les points de contact d'autres États membres et avec les autorités compétentes dans [...] ***son propre État*** membre.

(63) Les autorités des États membres devraient veiller à ce que les manquements aux obligations prévues par le présent règlement soient sanctionnés par des amendes [...] ou des pénalités financières *et, selon qu'il conviendra, d'autres mesures correctives*. Ce faisant, elles devraient tenir compte de la nature, de la gravité, de la récurrence et de la durée du manquement au regard de l'intérêt public en jeu, de la portée et du type d'activités exercées, ainsi que, *le cas échéant*, de la capacité économique de l'auteur du manquement. À cet égard, il conviendrait de tenir compte du rôle essentiel joué par les obligations prévues aux articles 5 et 7 pour la réalisation effective des objectifs du présent règlement. En outre, les autorités susmentionnées devraient tenir compte du fait que le [...] *parraineur ou le prestataire de services de publicité à caractère politique* concerné manque ou non de manière systématique ou récurrente aux obligations qui lui incombent en vertu du présent règlement, notamment en retardant la fourniture d'informations aux entités intéressées, ainsi que, le cas échéant, du fait que le prestataire de services de publicité à caractère politique est actif ou non dans plusieurs États membres. Les pénalités financières [...] [...], les amendes *et les autres mesures correctives devraient*, dans chaque cas individuel, être effectifs, proportionnés et dissuasifs, tenir dûment compte de la fourniture de garanties procédurales suffisantes et accessibles, et en particulier veiller à ce que le débat politique reste ouvert et accessible.

*(63 bis) Conformément aux principes généraux de responsabilité, un prestataire de services de publicité à caractère politique ne peut pas être sanctionné lorsqu'il a agi sur la base d'informations inexactes ou fausses reçues du parraineur, qui n'étaient pas manifestement erronées, pour autant qu'il n'ait pas eu connaissance de l'erreur à un stade ultérieur.*

*(63 ter) Afin d'appuyer l'application et le suivi du présent règlement, les autorités compétentes devraient traiter les signalements qu'elles reçoivent de toute personne physique ou morale concernant une éventuelle infraction au présent règlement et, au moins sur demande, informer la personne qui a fait le signalement de la suite qui lui a été donnée. Au cours du dernier mois précédant une élection ou un référendum, tout signalement reçu en rapport avec la publicité à caractère politique liée à cette élection ou à ce référendum devrait être traité sans retard injustifié.*

- (64) L'exercice, par les autorités compétentes, des pouvoirs que leur confère le présent règlement devrait être soumis à des garanties procédurales appropriées conformément au droit de l'Union et au droit des États membres, y compris un recours juridictionnel effectif et une procédure régulière.
- (65) *Afin de faciliter le respect du présent règlement, les prestataires de services et les autres entités concernées devraient recevoir en temps utile des informations facilement accessibles sur les dates des élections et référendums nationaux. C'est pourquoi les États membres devraient publier les dates de leurs élections et référendums. Ces informations devraient être facilement accessibles en temps utile. Les États membres devraient également fournir ces informations au public par l'intermédiaire d'un portail mis à disposition par la Commission, immédiatement après l'annonce des élections ou du référendum [...].*
- (65 bis) *Afin d'appuyer la mise en œuvre effective du présent règlement, la Commission est encouragée à élaborer, en tant que de besoin, des lignes directrices sur l'identification des annonces publicitaires à caractère politique et sur l'application de sanctions.*
- (66) Afin d'atteindre les objectifs du présent règlement, il conviendrait de déléguer à la Commission le pouvoir d'adopter des actes conformément à l'article 290 du traité en ce qui concerne l'article 7, paragraphe [...] 8, afin de préciser la forme sous laquelle les exigences relatives à la fourniture d'informations dans les avis de transparence conformément audit article devraient être conçues; en ce qui concerne d'autre part l'article 12 *bis*, paragraphe [...] 6, afin de préciser la forme sous laquelle les exigences relatives à la fourniture d'informations sur le ciblage devraient être conçues. Il est particulièrement important que la Commission procède à des consultations appropriées [...] *avec les* experts désignés par chaque État membre, et que ces consultations soient menées conformément aux principes définis dans l'accord interinstitutionnel "Mieux légiférer" du 13 avril 2016. En particulier, pour assurer leur égale participation à la préparation des actes délégués, le Parlement européen et le Conseil reçoivent tous les documents au même moment que les experts des États membres, et leurs experts ont systématiquement accès aux réunions des groupes d'experts de la Commission traitant de la préparation des actes délégués.

- (67) Dans les deux ans qui suivent chaque élection au Parlement européen, la Commission devrait présenter un rapport public sur l'évaluation et le réexamen du présent règlement. Lors de l'élaboration de ce rapport, la Commission devrait également tenir compte de la mise en œuvre du présent règlement dans le cadre d'autres élections et référendums se déroulant dans l'Union *ainsi que de son incidence sur les petits et moyens acteurs des médias. Le rapport devrait évaluer en particulier l'efficacité du règlement en ce qui concerne les moyens spécifiques de publicité à caractère politique, la limitation la plus poussée du traitement de données à caractère personnel aux fins des techniques de ciblage et d'amplification réglementées par le présent règlement, le type et le montant des sanctions imposées par les États membres, et l'obligation d'établir des répertoires accessibles au public pour toutes les annonces publicitaires à caractère politique en ligne.* Le rapport devrait notamment analyser si les dispositions des annexes du présent règlement sont toujours appropriées et examiner la nécessité de les réviser.
- (68) Le règlement (UE) n° 1141/2014 relatif au statut et au financement des partis politiques européens et des fondations politiques européennes établit des obligations complémentaires en ce qui concerne l'utilisation de la publicité à caractère politique par les partis politiques européens.
- (69) Étant donné que les objectifs du présent règlement, à savoir la contribution au bon fonctionnement du marché intérieur de la publicité à caractère politique et des services connexes et l'établissement de règles relatives à l'utilisation du ciblage dans le cadre de la publication et de la diffusion de la publicité à caractère politique, ne peuvent pas être atteints de manière suffisante par les États membres mais peuvent donc l'être mieux au niveau de l'Union, celle-ci peut adopter le présent règlement, conformément au principe de subsidiarité consacré à l'article 5 du traité sur l'Union européenne. Conformément au principe de proportionnalité énoncé audit article, le présent règlement n'excède pas ce qui est nécessaire pour atteindre ces objectifs.
- (70) Le présent règlement s'entend sans préjudice des règles établies notamment par la directive 2000/31/CE, y compris les règles en matière de responsabilité des prestataires de services intermédiaires prévues aux articles 12 à 15 de ladite directive telle que modifiées par le règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques], le règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les marchés numériques], la directive 2002/58/CE et le règlement (UE) XXX [règlement "vie privée et communications électroniques"], ainsi que la directive 2010/13/UE, la directive 2000/31/CE, la directive 2005/29/CE, la directive 2011/83/UE, la directive 2006/114/CE, la directive 2006/123/CE et le règlement (UE) 2019/1150.

(71) Le Contrôleur européen de la protection des données a été consulté conformément à l'article 42, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725 et a rendu un avis le XX XX 2022,

ONT ADOPTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

## CHAPITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES

### *Article premier*

#### **Objet et objectifs [...]**

1. Le présent règlement établit:
  - a) des obligations harmonisées en matière de transparence imposant aux prestataires de services 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;
  - b) des règles harmonisées concernant l'utilisation des techniques de ciblage et d'amplification dans le cadre de [...] publicités à caractère politique impliquant le ***traitement*** de données à caractère personnel, ***et indépendamment du fait que la publicité à caractère politique implique ou non un service.***
2. [...]
3. Le présent règlement vise à:
  - a) contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur de la publicité à caractère politique et des services connexes;
  - b) protéger les personnes physiques en ce qui concerne le traitement des données à caractère personnel.



1) [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...]

*Article premier bis*

*Champ d'application*

1. *Le présent règlement s'applique à la publicité à caractère politique lorsque celle-ci est diffusée dans l'Union, ou qu'elle vise des particuliers ou est portée dans le domaine public dans un ou plusieurs États membres, indépendamment du lieu d'établissement du prestataire de services de publicité à caractère politique et quels que soient les moyens utilisés.*
2. *Le présent règlement n'affecte pas le contenu de la publicité à caractère politique ni les règles de l'Union ou des États membres régissant des aspects autres que ceux couverts par le présent règlement.*

3[...]. Le présent règlement s'entend sans préjudice des règles établies par les actes suivants:

- a) la directive 2000/31/CE;
- b) la directive 2002/58/CE et le règlement (UE) XXX [règlement "vie privée et communications électroniques"];
- c) la directive 2005/29/CE;
- d) la directive 2006/114/CE;
- e) la directive 2006/123/CE;
- f) la directive (UE) 2010/13;
- g) la directive 2011/83/UE;
- h) le règlement (UE) 2019/1150;
- i) [le règlement (UE) 2022/xxx [la législation sur les services numériques]].

## *Article 2*

### **Définitions**

Aux fins du présent règlement, on entend par [...]:

- 1) "service": toute activité économique non salariée exercée normalement contre rémunération visée à l'article 57 du TFUE;
- 2) "publicité à caractère politique": l'élaboration, le placement, la promotion, la publication ou la diffusion, par tout moyen, d'un message:
  - a) 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

- b) susceptible *et ayant pour objet* d'influencer le résultat d'une élection ou d'un référendum, *un comportement de vote ou* un processus législatif ou réglementaire, [...] [...] *au niveau national, régional, local ou de l'Union.*

*Cela n'inclut pas:*

- i. *les opinions politiques exprimées dans tout média sous une responsabilité éditoriale, sauf si une rémunération spécifique est prévue ou est liée à l'expression de ladite opinion politique;*
- ii. [...] les messages émanant de sources officielles *des États membres ou de l'Union exclusivement liés à* [...] l'organisation et aux modalités de participation à des élections ou référendums, *y compris les candidatures et la question soumise au référendum, ou* destinés à promouvoir la participation à des élections ou référendums [...];
- iii. *les communications publiques diffusées par ou pour toute autorité publique d'un État membre, ou pour son compte, y compris des membres du gouvernement, pour autant qu'elles n'aient pas pour objet d'influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, un comportement de vote ou un processus législatif ou réglementaire;*
- iv. *la présentation des candidats dans des espaces publics déterminés ou dans les médias expressément prévus par la loi et attribués gratuitement tout en garantissant une égalité de traitement.*

3) "annonce publicitaire à caractère politique": un cas de publicité à caractère politique *publié ou diffusé par tout moyen;*

4) "acteur politique": l'un des acteurs suivants:

- a) un parti politique au sens de l'article 2, point 1, du règlement (UE, Euratom) n° 1141/2014 ou une entité [...] liée à [...] un tel parti politique;

b) une alliance politique au sens de l'article 2, point 2, du règlement (UE, Euratom) n° 1141/2014;

c) un parti politique européen au sens de l'article 2, point 3, du règlement (UE, Euratom) n° 1141/2014;

d) un candidat à tout mandat électif aux niveaux local, régional, national et **de l'Union**[...], ou à [...] **tout** poste de direction [...] **d'un** parti politique [...], **ou le titulaire d'un tel mandat ou poste**;

[...]

f) un membre[...] **des institutions de l'Union, à l'exception de la Cour de justice de l'Union européenne, de la Banque centrale européenne et de la Cour des comptes, ou d'un** gouvernement **des États membres au** niveau national, régional ou local;

[...]

h) toute personne physique ou morale qui représente ou agit pour le compte d'une des personnes ou organisations visées aux points a) à g) **et** qui promeut les objectifs politiques de l'une d'elles.

5) "service de publicité à caractère politique": un service consistant à faire de la publicité à caractère politique, à l'exclusion d'un service intermédiaire en ligne au sens de l'article 2, point f), du règlement (UE) 2022[...]/XXX [législation sur les services numériques], qui est fourni sans [...] **rémunération spécifique** pour **l'élaboration**, le placement, la **promotion**, la publication ou la diffusion du message à caractère **politique** [...];

- 5 bis) *"prestataire de services de publicité à caractère politique": une personne physique ou morale qui fournit des services de publicité à caractère politique, à l'exception des services purement accessoires;*
- 6) "campagne de publicité à caractère politique": l'élaboration, le placement, la promotion, la publication ou la diffusion d'une série d'annonces publicitaires **à caractère politique** liées dans le cadre d'un contrat de publicité à caractère politique, sur la base d'une élaboration, d'un parrainage ou d'un financement conjoints;
- 7) "parraineur": la personne physique ou morale **à la demande de laquelle ou** pour le compte de laquelle une annonce publicitaire à caractère politique est élaborée, placée, **promue**, publiée ou diffusée;
- 8) "techniques de ciblage [...]": les techniques utilisées [...] pour adresser une [...] annonce publicitaire à caractère politique, **comportant habituellement un contenu personnalisé**, uniquement à une personne spécifique ou à un groupe spécifique de personnes, **sur la base du traitement de données à caractère personnel** [...];
- 8 bis) *"techniques d'amplification": les techniques d'optimisation, y compris les techniques de diffusion d'annonces publicitaires, utilisées pour accroître la circulation, la portée ou la visibilité d'une annonce publicitaire à caractère politique, sur la base du traitement de données à caractère personnel, et qui peuvent servir à diffuser ladite annonce uniquement à une personne spécifique ou à un groupe spécifique de personnes;*
- 9) [...]
- 10) "électorat concerné": l'ensemble des personnes habilitées à voter lors de l'élection ou du référendum organisé dans l'État membre dans lequel une annonce publicitaire à caractère politique **est publiée ou diffusée** [...], qui peut être l'ensemble de l'électorat d'un État membre;

- 11) "éditeur de publicité à caractère politique": un *prestataire de services de publicité à caractère politique* [...] qui *publie ou diffuse de la publicité à caractère politique* [...] sur tout type de support;
- 12) "responsable du traitement": un responsable du traitement au sens de l'article 4, point 7), du règlement (UE) 2016/679 ou, le cas échéant, de l'article 3 [...], point 8), du règlement (UE) 2018/1725.
- [...]

## *Article 2 bis*

### *Identification d'une publicité à caractère politique*

1. *Pour déterminer si un message constitue une publicité à caractère politique au sens de l'article 2, point 2), sous b), il est tenu compte de ses caractéristiques pertinentes, telles que:*
- (a) le contenu du message;*
  - (b) le parraineur du message;*
  - (c) la langue utilisée pour transmettre le message, les moyens par lesquels le message est promu, publié ou diffusé, et le public ciblé;*
  - (d) le contexte dans lequel le message est transmis, y compris la période de diffusion, telle que les périodes électorales ou référendaires et le processus législatif ou réglementaire;*
  - (e) l'objectif du message.*

2. ***Il devrait exister un lien clair et substantiel entre le message et sa probabilité d'influencer l'issue d'une élection ou d'un référendum, un comportement de vote ou un processus législatif ou réglementaire.***

### *Article 3*

#### ***Principe du marché intérieur [...]***

1. Les États membres ne maintiennent ni n'introduisent, pour des motifs liés à la transparence ***de la publicité à caractère politique***, des dispositions ou des mesures s'écartant de celles prévues par le présent règlement.
2. La prestation[...] de services de publicité à caractère politique n'est ni interdite ni restreinte pour des motifs liés à la transparence lorsque les exigences du présent règlement sont respectées.

## CHAPITRE II – OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE POUR LES SERVICES DE PUBLICITÉ À CARACTÈRE POLITIQUE

### Article 4

#### Transparence des services de publicité à caractère politique

1. Les services de publicité à caractère politique sont fournis de manière transparente, conformément aux obligations prévues au **chapitre II** [...] du présent règlement.
- 1 bis. Les prestataires de services de publicité à caractère politique veillent à ce que les accords contractuels conclus pour la fourniture d'un service de publicité à caractère politique permettent de se conformer aux dispositions pertinentes du présent règlement.*

### Article 5

#### Identification des services de publicité à caractère politique

1. Les prestataires de services de publicité demandent aux parraineurs et aux prestataires de services de publicité qui agissent pour le compte des parraineurs de déclarer si le service de publicité qu'ils demandent au prestataire de fournir constitue un service de publicité à caractère politique au sens de l'article 2, paragraphe 5. Les parraineurs et les prestataires de services de publicité agissant pour le compte de ceux-ci effectuent cette déclaration **avec honnêteté**.
2. Les prestataires de services de publicité à caractère politique veillent à ce que les accords contractuels conclus pour la fourniture d'un service de publicité à caractère politique **exigent du parraineur ou des prestataires de services de publicité agissant pour le compte [...] des parraineurs qu'ils fournissent les informations pertinentes nécessaires pour se conformer à l'article 6, paragraphe 1. Ces informations sont transmises de manière exhaustive et exacte et sans retard injustifié [...]**.
- 2 bis. Lorsqu'un prestataire de services de publicité vient à avoir connaissance ou a effectivement connaissance du fait qu'[...] [une déclaration ou une information est manifestement erronée, il demande au[...] parraineur[...] ou au[...] prestataire...] de services de publicité agissant pour le compte d'un parraineur [...] de corriger la déclaration ou l'information qu'il a fournie. Les parraineurs ou les prestataires de*



*services de publicité agissant pour le compte des parraineurs procèdent à ces corrections de manière complète et précise et sans retard injustifié.*

## Article 6

### **Tenue de registres [...]**

1. Les prestataires de services de publicité à caractère politique conservent les informations qu'ils recueillent dans le cadre de la prestation de leurs services, sur les points suivants:
  - a) l'annonce publicitaire à caractère politique ou la campagne de publicité à caractère politique à laquelle le ou les services sont liés;
  - b) le ou les services spécifiques *qu'ils fournissent* dans le cadre de la publicité à caractère politique;
  - c) les montants qu'ils facturent pour le ou les services fournis, et la valeur des autres avantages reçus en contrepartie totale ou partielle du ou des services fournis *ainsi que leurs sources*; [...]
  - d) [...] l'identité du parraineur *de l'annonce publicitaire à caractère politique et, le cas échéant, de l'entité contrôlant ledit parraineur en dernier ressort* [...] *ainsi que leurs coordonnées et, pour les personnes morales, leur lieu d'établissement; et d bis) le cas échéant, une indication des élections ou référendums concernés auxquels l'annonce publicitaire à caractère politique se rattache.*
2. Les informations visées au paragraphe 1 sont fournies *par écrit* ou [...] [...] par voie électronique. Ces informations sont conservées pendant une période de cinq ans à compter de la date de l'ultime élaboration, placement, *promotion*, publication ou diffusion, selon le cas.
- 2 bis.** *Le présent article ne s'applique pas aux entreprises remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2013/34/UE si la fourniture de services de publicité est purement marginale et accessoire à leurs activités principales.*
3. [...]

## *Article 6 bis*

### *Transmission d'informations à l'éditeur de publicité à caractère politique*

- 1. Les prestataires de services de publicité à caractère politique veillent à ce que les informations visées à l'article 6, paragraphe 1, soient communiquées en temps utile et de manière complète et exacte aux éditeurs de publicité à caractère politique qui publieront ou diffuseront l'annonce publicitaire à caractère politique afin de permettre aux éditeurs de publicité à caractère politique de se conformer aux obligations qui leur incombent en vertu du présent règlement. Les prestataires de services de publicité à caractère politique s'efforcent raisonnablement de veiller à ce que les informations conservées en application de l'article 6, paragraphe 1, soient complètes et exactes.*

*Lorsque l'éditeur de publicité à caractère politique est le seul prestataire de services de publicité à caractère politique, le parraineur communique les informations pertinentes à l'éditeur.*

- 2. Les prestataires de services de publicité à caractère politique transmettent ces informations en même temps que la fourniture du service concerné conformément aux meilleures pratiques et aux normes du secteur, au moyen d'un processus automatisé normalisé lorsque cela est techniquement possible.*
- 3. Lorsqu'un prestataire de services de publicité à caractère politique apprend que les informations qu'il a transmises ont été mises à jour, il veille à ce que ces informations actualisées soient communiquées à l'éditeur de publicité à caractère politique concerné.*

**Exigences de transparence pour chaque annonce publicitaire à caractère politique**

1. *L'éditeur de publicité à caractère politique* [...] *met* [...] à disposition, *avec chaque annonce publicitaire à caractère politique*, [...] les informations suivantes, formulées de manière claire et non ambiguë et allant à l'essentiel:

- a) une déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique;
- b) l'identité du parraineur de l'annonce publicitaire à caractère politique et, *le cas échéant*, de l'entité contrôlant ledit parraineur en dernier ressort;

*b bis) le cas échéant, une déclaration indiquant que l'annonce publicitaire à caractère politique a été ciblée ou amplifiée;*

- c) un avis de transparence permettant de comprendre le contexte plus large de l'annonce publicitaire à caractère politique et ses objectifs, ou une indication claire de l'endroit où cet avis peut être aisément consulté.

À cet égard, les éditeurs de publicité à caractère politique utilisent des techniques de marquage et d'identification efficaces et visibles, qui permettent d'identifier facilement l'annonce publicitaire à caractère politique en tant que telle et de maintenir le marquage ou l'identification en cas de diffusion ultérieure d'une annonce publicitaire à caractère politique.

2. L'avis de transparence [...] comporte *au moins* les informations suivantes:

- a) l'identité du parraineur *et, le cas échéant, de l'entité contrôlant ledit parraineur en dernier ressort*[...];
- b) [...]
- c) [...] les informations sur les montants cumulés ou d'autres avantages perçus *par les prestataires de services de publicité à caractère politique, y compris ceux perçus par l'éditeur*, en contrepartie totale ou partielle *des services de publicité à caractère politique aux fins* [...] de l'annonce publicitaire concernée et, le cas échéant, de la [...] campagne publicitaire à caractère politique, ainsi que leurs sources;

- d) le cas échéant, une indication des élections ou référendums auxquels l'annonce publicitaire se rattache;
- e) le cas échéant, des liens vers les répertoires de publicités en ligne **visés au paragraphe 6**;

**e bis) le cas échéant, les informations indiquées à l'article 12 bis, paragraphe 1, points c) et c bis).**

f) [...]

g)[...] Les informations à inclure dans l'avis de transparence **comprennent également les éléments** [...] visés à l'annexe I.

**2 bis. L'avis de transparence est inclus dans chaque annonce publicitaire à caractère politique ou est facilement récupérable, dès la première publication de l'annonce et jusqu'à ce que cette publication se termine. Les avis de transparence sont présentés sous une forme aisément accessible et, lorsque cela est techniquement possible, dans un format lisible par machine, clairement visible et convivial, tout en étant formulés en des termes simples. Les avis de transparence qui sont lisibles par machine sont rendus accessibles au moyen d'une interface de programmation d'application commune accessible au public.**

3. Les éditeurs de publicité à caractère politique s'efforcent raisonnablement de veiller à ce que les informations visées au[...] paragraphe[...] 2 soient complètes, **exactes et à jour. Lorsque le parraineur ou le prestataire [...] de services de publicité à caractère politique constate que les informations transmises à l'éditeur de publicité à caractère politique ou publiées par celui-ci sont incomplètes ou inexactes, il contacte, sans retard injustifié, l'éditeur de publicité à caractère politique concerné et, le cas échéant, transmet les informations complétées ou corrigées à l'éditeur de publicité à caractère politique. Si l'éditeur de publicité à caractère politique vient à avoir connaissance, par quelque moyen que ce soit, que les informations visées au paragraphe 2 sont incomplètes ou inexactes, il s'efforce raisonnablement, y compris, le cas échéant, en contactant le parraineur ou les prestataires de services concernés, de compléter ou de corriger les informations. [...] Si les informations ne peuvent être complétées ou corrigées sans retard injustifié, l'éditeur ne met pas à disposition l'annonce publicitaire à caractère politique ou en arrête la publication ou la diffusion [...]. L'éditeur informe le parraineur**

*ou le prestataire de services agissant pour le compte du parraineur lorsque l'annonce publicitaire à caractère politique qu'il parraine n'est pas mise à disposition ou est arrêtée.*

4. [...]

5. Les éditeurs de publicité à caractère politique conservent leurs avis de transparence avec toute modification éventuelle pendant cinq ans après la **dernière publication** [...] [...].

**5 bis.** *Le paragraphe 5 ne s'applique pas aux entreprises remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2013/34/UE si la fourniture de services de publicité est purement marginale et accessoire à leurs activités principales.*

6. Les éditeurs de publicité à caractère politique qui sont de très grandes plateformes en ligne au sens de l'article 25 du règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques] veillent à ce que **pour chaque annonce publicitaire à caractère politique, les informations contenues au paragraphe 2 du présent article soient mises à disposition immédiatement dans** les répertoires visés [...] à l'article [39[...] ] dudit règlement [législation sur les services numériques]. **Ces informations sont tenues à jour et fournies conformément à une norme du secteur convenue en matière d'accessibilité, de structure des données et d'accès, au moyen d'une interface de programmation d'application commune accessible au public** [...].

7. Les États membres, notamment leurs autorités compétentes, et la Commission encouragent l'élaboration de codes de conduite destinés à contribuer à la bonne application du présent article, en tenant compte des caractéristiques spécifiques des prestataires de services concernés et des besoins spécifiques des micro, petites et moyennes entreprises, au sens de l'article 3 de la directive 2013/34/UE.

8. La Commission a le pouvoir d'adopter des actes délégués conformément à l'article 19 pour modifier l'annexe I en ajoutant[...] **ou** modifiant [...] certains éléments de la liste des informations **contenues dans ladite annexe** [...] à la lumière de l'évolution technologique, **de la recherche scientifique en la matière, de l'évolution du contrôle exercé par les autorités compétentes et des orientations en la matière publiées par les organismes compétents, et pour autant que les éléments indiqués au paragraphe 2 du présent article soient maintenus et qu'**une telle modification s'avère nécessaire pour comprendre le contexte plus large de l'annonce publicitaire à caractère politique et ses objectifs.

#### Article 8

##### **Rapports périodiques sur les services de publicité à caractère politique**

1. [...]Les éditeurs de publicité **à caractère politique** incluent [...] des informations sur les montants ou la valeur des autres avantages perçus en contrepartie totale ou partielle **des** [...] services **fournis**, notamment en ce qui concerne l'utilisation des techniques de ciblage et d'amplification, cumulés par campagne, **jointes à** [...] leur rapport de gestion au sens de l'article 19 de la directive 2013/34/UE.
2. Le paragraphe 1 ne s'applique pas aux entreprises remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, **paragraphes 1 à** [...]3,[...] de la directive 2013/34/UE.

#### Article 9

##### **Signalement d'éventuelles annonces publicitaires à caractère politique illicites**

- 1.[...] [...] Les éditeurs de publicité **à caractère politique**[...] permettent aux **personnes physiques ou morales** de leur signaler gratuitement qu'une annonce publicitaire donnée qu'ils ont publiée ne respecte pas le présent règlement.

- 2.[...] Il importe que les informations sur la manière de signaler des annonces publicitaires à caractère politique telles que mentionnées au paragraphe 1 soient conviviales et d'accès aisé, y compris à partir de l'avis de transparence.  
[...] Les éditeurs de publicité à caractère politique permettent d'effectuer le **signalement** [...] visé au paragraphe 1 par voie électronique.
3. *Les éditeurs de publicité à caractère politique s'efforcent raisonnablement de répondre avec diligence, de manière objective et sans retard injustifié aux signalements reçus en application du paragraphe 1, en contactant le prestataire de services de publicité à caractère politique concerné et, le cas échéant, le parraineur.*
- 3 bis.[...] [...] Les éditeurs de publicité à *caractère politique* [...] informent, *au moins sur demande et sans retard injustifié, les personnes ayant effectué le signalement visé au paragraphe 1* [...] des suites *qui lui sont données* [...]. *Les éditeurs de services de publicité à caractère politique remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2013/34/UE mettent tout en œuvre pour assurer le respect du présent paragraphe.*
- 3 ter. *Au cours du dernier mois précédant une élection ou un référendum, les éditeurs de publicité à caractère politique qui sont de très grandes plateformes en ligne au sens du règlement (UE) 2022/XXX [législation sur les services numériques] traitent tout signalement qu'ils reçoivent au sujet de l'annonce publicitaire liée à cette élection ou à ce référendum dans un délai de 48 heures.*
- 4.[...] Des signalements répétés en vertu du paragraphe 1 concernant la même annonce ou la même campagne publicitaire peuvent faire l'objet d'une réponse collective, y compris en faisant référence à une annonce sur le site web de l'éditeur de publicité à caractère politique concerné.

#### Article 10

##### Transmission d'informations aux autorités compétentes

1. *Afin de vérifier le respect des articles 6, 7 et 8, [...] les autorités nationales compétentes sont habilitées à demander [...] aux prestataires de services de publicité à caractère politique de transmettre [...] toute information[...] nécessaire [...]. Les informations transmises sont [...] complètes, exactes et fiables, et fournies dans un format clair, cohérent, consolidé et intelligible. Lorsque cela est techniquement possible, les informations sont transmises dans un format lisible par machine.*

- 1 bis.** Les *demandes visées au paragraphe 1* comprennent les éléments suivants:
- a) un exposé des motifs expliquant pourquoi les informations sont demandées et pourquoi la demande est nécessaire et proportionnée, à moins que la demande n'ait pour objectif d'assurer la prévention, **la détection**, les enquêtes [...] et les poursuites **liées à des infractions pénales ou des infractions administratives graves** et que le fait de révéler les motifs de la demande risque de nuire à la réalisation de cet objectif;
  - b) des informations sur les voies de recours disponibles pour le prestataire de services concerné et pour le parraineur du service de publicité à caractère politique.
2. Dès réception d'une demande en application du paragraphe 1, les prestataires de services de publicité à caractère politique sont tenus, dans un délai de deux jours ouvrables, d'en accuser réception et d'informer l'autorité des mesures prises pour y donner suite. Le prestataire de services concerné fournit les informations demandées dans un délai de dix jours ouvrables. **Toutefois, les prestataires de services de publicité à caractère politique remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, paragraphes 1 à 3, de la directive 2013/34/UE s'efforcent raisonnablement de fournir les informations demandées dans un délai de quinze jours ouvrables.**
- 2 bis.** *Par dérogation au paragraphe 3, au cours du mois précédant une élection ou un référendum, les prestataires de services de publicité à caractère politique fournissent les informations demandées dans un délai de 48 heures. Toutefois, les prestataires de services de publicité à caractère politique remplissant les conditions requises au regard de l'article 3, paragraphes 1 à 3, de la directive 2013/34/UE s'efforcent raisonnablement de fournir les informations demandées dans les meilleurs délais et, si possible, avant la date de l'élection ou du référendum.*
3. Les prestataires de services de publicité à caractère politique désignent un point de contact pour interagir avec les autorités nationales compétentes. Les prestataires de services de publicité à caractère politique **remplissant les conditions requises au regard** [...] de l'article 3, **paragraphes 1 à 3**, de la directive 2013/34/UE, peuvent nommer une personne physique externe comme point de contact.



### Transmission d'informations à d'autres entités intéressées

1. *Sur demande d'entités intéressées*, [...] les prestataires de services de publicité à caractère politique [...] transmettent, *sans frais*, les informations *dont ils doivent disposer* en application des articles 6 *et* 7 [...] à *ces* entités [...] [...].

2. Les entités intéressées qui demandent la transmission d'informations en vertu du paragraphe 1 sont indépendantes de tout intérêt commercial et relèvent d'une ou de plusieurs des catégories suivantes:

- a) les chercheurs agréés conformément à l'article 31 du règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques];
- b) les membres d'une organisation de la société civile dont les objectifs statutaires sont de protéger et de promouvoir l'intérêt public, habilitée en vertu du droit national ou du droit de l'Union;
- c) les acteurs politiques [...]; [...]
- d) les observateurs électoraux nationaux ou internationaux [...] *reconnus* dans un État membre [...]; *ou*

*d bis) les journalistes.*

[...]

3. À la demande d'une entité intéressée, le prestataire de services met tout en œuvre pour fournir, dans un délai d'un mois, les informations demandées ou la réponse motivée visée au paragraphe 5.

4. Lorsqu'il élabore les informations à communiquer conformément au paragraphe 1, le prestataire de services peut agréger les montants concernés ou les placer dans une fourchette, dans la mesure nécessaire à la protection de ses intérêts commerciaux légitimes.
5. Lorsque les demandes présentées conformément au paragraphe 1 sont manifestement infondées, peu claires ou excessives, notamment en raison de leur manque de clarté, le prestataire de services peut refuser de répondre. Dans ce cas, le prestataire de services concerné adresse une réponse motivée *et des informations sur les possibilités de recours* à l'entité intéressée qui a présenté la demande.
6. Lorsque *le traitement des* demandes visées au paragraphe 1 [...] entraîne des coûts importants, le prestataire de services peut facturer des frais raisonnables et proportionnés, qui n'excèdent en aucun cas les coûts administratifs liés à la communication des informations demandées.
7. Il incombe aux prestataires de services de démontrer qu'une demande est manifestement infondée, peu claire ou excessive, ou que [...] son traitement a un coût important.

## CHAPITRE III – CIBLAGE ET AMPLIFICATION DE LA PUBLICITÉ À CARACTÈRE POLITIQUE

### *Article 12*

#### ***Interdictions [...] spécifiques liées au ciblage et à l'amplification***

1. Les techniques de ciblage ou d'amplification qui impliquent le traitement de ***catégories particulières de*** données à caractère personnel visé à l'article 9, paragraphe 1, du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725 dans le contexte de la publicité à caractère politique sont interdites.
2. Le paragraphe 1 [...] [...] ne s'applique pas dans les situations visées à l'article 9, paragraphe 2, point a), [...] du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 2, point a), [...] du règlement (UE) 2018/1725. ***Aux fins de la mise en œuvre du présent paragraphe, le consentement explicite au sens des règlements (UE) 2016/679 et (UE) 2018/1725 est donné séparément et spécifiquement aux fins de la publicité à caractère politique.***
- 2 bis. ***Le paragraphe 1 ne s'applique pas dans les situations visées à l'article 9, paragraphe 2, point d), du règlement (UE) 2016/679 et à l'article 10, paragraphe 2, point d), du règlement (UE) 2018/1725.***
3. ***Dans le contexte de la publicité à caractère politique, les techniques de ciblage ou d'amplification qui impliquent le traitement de données à caractère personnel d'une personne dont on sait avec une certitude raisonnable que l'âge est inférieur d'au moins un an à l'âge électoral fixé par les règles nationales sont interdites.***

### *Article 12 bis*

#### ***Exigences spécifiques liées au ciblage et à l'amplification***

- I*[...]. Lorsqu'ils ont recours à des techniques de ciblage ou d'amplification dans le contexte de la publicité à caractère politique qui impliquent le traitement de données à caractère personnel, les responsables du traitement respectent, outre les exigences énoncées dans le règlement (UE) 2016/679 et dans le règlement (UE) 2018/1725, selon le cas, les exigences suivantes:

- a) ils adoptent, [...] mettent en œuvre **et mettent à la disposition du public** des règles internes décrivant de manière claire et simple **la manière dont** [...] [...] ces techniques **sont utilisées**, [...] et ils conservent ces règles pendant une période de cinq ans **à compter du dernier recours à ces techniques**;
- b) ils tiennent un registre de l'utilisation qui est faite du ciblage ou de l'amplification, des mécanismes, techniques et paramètres pertinents appliqués, ainsi que de la ou des sources des données à caractère personnel utilisées;
- c) ils **veillent à ce que soient transmises** [...], en même temps que **l'indication du fait qu'il s'agit d'une** annonce publicitaire à caractère politique, les informations supplémentaires nécessaires pour permettre à la personne concernée de comprendre la logique sous-jacente et les principaux paramètres de la technique employée ainsi que l'utilisation de données de tiers et de techniques analytiques additionnelles. **Les informations comprennent au minimum les éléments suivants:**
  - i) **les groupes spécifiques de destinataires ciblés, y compris les paramètres utilisés pour déterminer les personnes auxquelles la publicité est diffusée;**
  - ii) **les catégories et les sources des données à caractère personnel utilisées pour le ciblage et l'amplification.**

Les [...] informations **à inclure doivent également contenir les** [...] éléments indiqués à l'annexe II;

- c bis)** [...] ils **fournissent**, conjointement à l'annonce publicitaire, [...] **ou** dans l'avis de transparence requis au titre de l'article 7, une référence aux moyens effectifs dont disposent les personnes pour exercer leurs droits en vertu du règlement (UE) 2016/679 **ou du règlement (UE) 2018/1725, selon le cas, en particulier une référence au droit des personnes de donner ou de retirer leur consentement, selon le cas, et à leur droit d'opposition. Cette référence comprend un lien vers une interface permettant d'exercer ce droit.**

2[...]. [...] Si le responsable du traitement est différent de l'éditeur de publicité **à caractère politique**, le responsable du traitement transmet les règles internes **et veille à ce que les informations visées au paragraphe 1, points c) et c bis), soient communiquées** [...] à l'éditeur de publicité à caractère politique **pour permettre à celui-ci de se conformer aux**

*obligations qui lui incombent en vertu du présent règlement. Ces informations sont transmises en temps utile et de manière exacte, conformément aux meilleures pratiques et aux normes du secteur, au moyen d'un processus automatisé normalisé lorsque cela est techniquement possible.*

3. *Les prestataires de services de publicité à caractère politique transmettent aux responsables du traitement, si besoin, les informations nécessaires pour se conformer aux dispositions des paragraphes 1 et 2.*

5) [...]

4[...]. Les informations à communiquer conformément **aux paragraphes 1 à 3** [...] sont présentées sous une forme aisément accessible et, lorsque cela est techniquement possible, dans un format lisible par machine, clairement visible et convivial, tout en étant formulées en des termes simples.

7) [...]

5[...]. La Commission a le pouvoir d'adopter des actes délégués conformément à l'article 19 pour modifier l'annexe II **en ajoutant ou** en modifiant [...] certains éléments de la liste des informations **figurant dans la dite annexe** [...] à la lumière de l'évolution technologique, [...] de la recherche scientifique en la matière, de l'évolution du contrôle exercé par les autorités compétentes et des orientations en la matière publiées par les organismes compétents **et pour autant que les éléments indiqués au paragraphe 1, point c), du présent article soient maintenus.**

### *Article 13*

#### **Transmission d'informations concernant le ciblage ou l'amplification à d'autres entités intéressées**

1. [...] **Les responsables** du traitement [...] prennent les mesures appropriées pour transmettre, à la demande des entités intéressées conformément à l'article 11, paragraphe 1, **et sans frais**, les informations visées à l'article 12 **bis**.

2. L'article 11, paragraphes 2 à 7, s'applique mutatis mutandis.

## CHAPITRE IV – SURVEILLANCE ET EXÉCUTION

### Article 14

#### Représentant légal

1. Les prestataires de services qui fournissent des services de publicité à caractère politique dans l'Union mais qui n'y ont pas d'établissement désignent, par écrit, une personne physique ou morale comme leur représentant légal dans l'un des États membres dans lesquels ils proposent leurs services. ***Le représentant légal désigné s'enregistre auprès de l'autorité compétente visée au paragraphe 2 bis.***
- 1 bis. Lorsque les prestataires de services de publicité à caractère politique manquent à l'obligation visée au paragraphe 1, les États membres prennent toute mesure appropriée pour assurer le respect du présent règlement, y compris en arrêtant la publication ou la diffusion des annonces publicitaires à caractère politique concernées lorsque le respect ne peut être assuré par d'autres moyens.***
2. Le représentant légal est chargé de veiller au respect des obligations qui incombent en vertu du présent règlement au prestataire de services représenté et est le destinataire de toutes les communications adressées au prestataire de services concerné conformément au présent règlement. Toute communication au représentant légal vaut communication au prestataire de services représenté.
- 2 bis. Les États membres désignent une autorité compétente chargée de publier en ligne et de mettre régulièrement à jour les informations sur les représentants légaux désignés enregistrés conformément au paragraphe 1. Les États membres fournissent à la Commission les liens vers les sites web concernés.***
- 2 ter. La Commission met en place un portail avec des liens vers les sites web fournis par les États membres conformément au paragraphe 2 bis.***

### **Autorités compétentes et points de contact**

1. Les autorités de contrôle visées à l'article 51 du règlement (UE) 2016/679 ou à l'article 52 du règlement (UE) 2018/1725 sont compétentes pour contrôler l'application **des articles 12 et 12 bis** du présent règlement dans leur domaine de compétence respectif. L'article 58 du règlement (UE) 2016/679 et l'article 58 du règlement (UE) 2018/1725 s'appliquent mutatis mutandis. Le chapitre VII du règlement (UE) 2016/679 s'applique aux activités couvertes par **les articles 12 et 12 bis** du présent règlement.
2. Les États membres désignent des autorités compétentes pour contrôler le respect, par les prestataires de services intermédiaires au sens du règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques], des obligations prévues aux articles 5 à 11 et 14 du présent règlement, le cas échéant. Les autorités compétentes désignées en vertu du règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques] peuvent également être l'une des autorités compétentes désignées pour contrôler le respect, par les intermédiaires en ligne, des obligations prévues aux articles 5 à 11 et 14 du présent règlement. Le coordinateur pour les services numériques visé à l'article 38 du règlement (UE) 2021/xxx, qui est désigné dans chaque État membre, est chargé d'assurer la coordination au niveau national vis-à-vis des prestataires de services intermédiaires tels que définis par le règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques]. Les dispositions de l'article 45, paragraphes 1 à 4, et de l'article 46, paragraphe 1, du règlement (UE) 2021/xxx [législation sur les services numériques] sont applicables aux questions liées à l'application du présent règlement en ce qui concerne les prestataires de services intermédiaires.
3. Chaque État membre désigne une ou plusieurs autorités compétentes comme responsables de l'application et du contrôle de l'application des aspects du présent règlement qui ne sont pas visés aux paragraphes 1 et 2. **Ces autorités compétentes peuvent être différentes de celles visées aux paragraphes 1 et 2.** Chaque autorité compétente désignée en vertu du présent paragraphe jouit d'une indépendance structurelle totale tant à l'égard du secteur qu'à l'égard de toute intervention extérieure ou pression politique. Elle procède en toute indépendance à un contrôle efficace et à l'adoption des mesures nécessaires et proportionnées pour assurer le respect du présent règlement.

4. [...]
5. Les autorités compétentes visées au paragraphe 3, lorsqu'elles exercent leurs **missions et pouvoirs** de **surveillance et** d'exécution en lien avec le présent règlement, sont habilitées à:
- a bis) demander l'accès aux données, aux documents ou à toute information nécessaire, en particulier auprès du parraineur ou des prestataires de services de publicité à caractère politique concernés;**
- a) 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;
- a bis) 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 présent règlement, tout en respectant le droit fondamental à la liberté d'expression et d'information;**
- b) publier une déclaration désignant la ou les personnes physiques et morales responsables de la violation d'une obligation énoncée dans le présent règlement et précisant la nature de cette violation;
- c) imposer des amendes [...] **ou** [...] des sanctions financières [...] **et, selon le cas, d'autres mesures correctrices, afin de faire cesser efficacement l'infraction, ou demander à une autorité judiciaire dans leur État membre de le faire.**
6. Les États membres veillent à une coopération **efficace et structurée au niveau national** entre **toutes** les autorités compétentes **concernées désignées au titre des paragraphes 1 à 3** [...], afin de faciliter l'échange rapide et sécurisé d'informations sur les questions liées à l'exercice de leurs missions **et pouvoirs** de surveillance et d'exécution conformément au présent règlement, notamment en [...] partageant les constatations et l'expertise, **en contribuant à recenser les infractions** et en se concertant sur l'application et le respect des règles en vigueur.



- 6 bis. *Les experts désignés par les États membres se réunissent périodiquement au niveau de l'Union, en particulier dans le cadre du réseau européen de coopération en matière d'élections, en coopération étroite avec le groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels et d'autres réseaux pertinents, afin de faciliter l'échange rapide et sécurisé d'informations sur les questions liées à l'exercice de leurs missions de surveillance et d'exécution conformément au présent règlement.*
7. Chaque État membre désigne une autorité compétente comme point de contact au niveau de l'Union aux fins du présent règlement.

### *Article 15 bis*

#### *Coopération transfrontière*

1. *Le respect du présent règlement par les prestataires de services de publicité à caractère politique relève de la compétence de l'État membre dans lequel le fournisseur a son établissement. Si le prestataire est établi dans plusieurs États membres, il est réputé relever de la compétence de l'État membre dans lequel il a son établissement principal.*

2[...]. *Sans préjudice de l'article 15, paragraphes 1 et 2, et du paragraphe 1 du présent article [...], l'autorité ou les autorités compétentes de tous [...] les États membres coopèrent et se prêtent mutuellement assistance si nécessaire.*

[...]

[...][...]

- 3.[...] *Une [...] autorité compétente, dès réception d'une demande justifiée émanant d'une autre autorité compétente, fournit à l'autre autorité compétente une assistance **sans retard injustifié et au plus tard un mois après réception de la demande**, afin que les mesures de surveillance ou d'exécution visées à l'article 15, paragraphe 5 [...], puissent être mises en œuvre de manière efficace, efficiente et cohérente. Une [...] autorité compétente [...], **dès réception d'une demande justifiée émanant de l'autorité compétente d'un autre État membre**, par l'intermédiaire des points de contact visés à l'article 15, paragraphe 7,*

*communiqué à ladite autorité compétente les informations requises sans retard injustifié et au plus tard 14 jours après la réception de la demande. Le délai peut être prolongé à un mois dans les situations nécessitant une enquête ou des informations supplémentaires de la part de plusieurs autorités compétentes. [...]*

4. *Lorsque l'autorité compétente d'un État membre a des raisons de soupçonner qu'un prestataire de services de publicité à caractère politique, qui a son établissement principal dans un autre État membre, a enfreint le présent règlement sur son territoire, elle en informe l'autorité compétente du lieu d'établissement principal, par l'intermédiaire du point de contact visé à l'article 15, paragraphe 7.*
5. *Tout signalement au titre du paragraphe 4 est dûment motivé et indique au minimum:*
  - a) *les informations permettant d'identifier le prestataire de services de publicité à caractère politique;*

- b) *une description des faits pertinents, les dispositions du présent règlement concernées et les raisons pour lesquelles l'autorité compétente qui a envoyé le signalement soupçonne le prestataire de services d'avoir enfreint le présent règlement, y compris, le cas échéant, une description des faits qui permettrait d'évaluer les critères énoncés à l'article 16, paragraphe 3;*
  - c) *l'endroit où l'annonce publicitaire à caractère politique concernée ou une copie de celle-ci peut être consultée;*
  - d) *toute autre information que l'autorité compétente qui a envoyé le signalement considère comme pertinente, y compris, le cas échéant, des informations recueillies de sa propre initiative.*
6. *Lorsque l'autorité compétente du lieu d'établissement principal ne dispose pas de suffisamment d'informations pour donner suite à un signalement visé au paragraphe 4, elle peut demander des informations supplémentaires à l'autorité compétente à l'origine du signalement, qui fournit les informations demandées sans retard injustifié.*
7. *L'autorité compétente du lieu d'établissement principal, sans retard injustifié et au plus tard un mois après la réception du signalement visé au paragraphe 4 ou, selon le cas, des informations visées au paragraphe 6, communique à l'autorité compétente à l'origine du signalement son évaluation de l'infraction présumée ainsi que des informations complémentaires sur les mesures d'enquête et d'exécution qu'elle a adoptées ou entend adopter, afin d'assurer le respect du présent règlement.*
8. *Lorsque l'enquête sur une infraction présumée concerne la fourniture de services de publicité à caractère politique dans un ou plusieurs États membres dans lesquels le prestataire n'a pas son principal établissement, l'autorité compétente du lieu d'établissement principal peut lancer et mener une enquête conjointe avec la participation de l'autorité ou des autorités compétentes concernées:*
- a) *de sa propre initiative et après avoir obtenu l'accord de l'autorité ou des autorités compétentes à l'origine de la demande; ou*

b) *à la demande d'une ou de plusieurs autres autorités compétentes, sur la base de motifs raisonnables de soupçonner que la fourniture de services de publicité à caractère politique par un prestataire de services établi dans l'État membre de l'établissement principal a enfreint le présent règlement ou a substantiellement affecté des personnes sur le territoire de l'autorité ou des autorités compétentes à l'origine de la demande.*

9. *Aux fins du paragraphe 8, l'autorité compétente qui demande le lancement d'une enquête conjointe fournit à l'autre ou aux autres autorités compétentes les informations visées au paragraphe 5. Si une autorité compétente décide de ne pas participer à une enquête conjointe, elle fournit à l'autre ou aux autres autorités compétentes une explication motivée à cet effet. [...]*

10) *Lorsqu'elles mènent une enquête conjointe, les autorités compétentes coopèrent de bonne foi et exercent leurs pouvoirs d'enquête en tant que de besoin pour enquêter sur l'infraction présumée. Dans le cadre d'une enquête conjointe, les autorités compétentes s'informent mutuellement de toute mesure d'exécution pertinente qu'elles engagent ou entendent engager.*

#### *Article 16*

#### **Sanctions**

1. [...] Les États membres déterminent le régime des sanctions, qui peuvent comprendre des amendes [...] **ou** [...] des sanctions financières [...] **et, selon le cas, d'autres mesures correctrices**, applicables aux prestataires de services de publicité à caractère politique en cas de violation **des articles 5 à 11, 13 et 14 et aux parraineurs en cas de violation des articles 5 et 6 bis**. [...] **Ces sanctions** sont [...], dans chaque cas, effectives, proportionnées et dissuasives. **Lors de la détermination des sanctions applicables, il est tenu compte des règles régissant la liberté de la presse et la liberté d'expression dans d'autres médias, ainsi que des règles ou des codes régissant la profession de journaliste.**

**1 bis.** *Le montant maximal de la sanction financière susceptible d'être imposée est fondé sur la capacité économique de l'entité sanctionnée, qui correspond:*

- a) à 4 % du revenu ou du budget annuel du parraineur ou du prestataire de services de publicité à caractère politique selon le cas et selon le montant le plus élevé, ou*
- b) à 4 % du chiffre d'affaires annuel mondial du parraineur ou du prestataire de services de publicité à caractère politique au cours de l'exercice précédent.*

2. Les États membres notifient ce régime à la Commission dans un délai de 12 mois à compter de l'entrée en vigueur du présent règlement et l'informent dans les meilleurs délais de toute modification ultérieure le concernant.

3. Pour décider du type et du niveau **de la sanction**, il est dûment tenu compte, dans chaque cas d'espèce, des éléments suivants:

- a) la nature, la gravité et la durée de la violation;
- b) le fait que la violation a été commise délibérément ou par négligence;
- c) toute mesure prise pour atténuer le dommage éventuellement subi;
- d) toute violation pertinente commise précédemment et toute autre circonstance aggravante ou atténuante applicable au cas concerné; et
- e) le degré de coopération avec l'autorité compétente;

**e bis) la taille et la capacité économique de l'entité sanctionnée, le cas échéant.**

4. Les violations des articles **7, 9 et 10** sont considérées comme particulièrement graves lorsqu'elles concernent des publicités à caractère politique publiées ou diffusées **au cours du mois précédant des élections ou un référendum** [...] et visant les citoyens de l'État membre dans lequel les élections **ou le référendum** en question sont organisés.
5. [...]
6. En ce qui concerne les manquements aux obligations prévues **aux articles 12 et 12 bis**, les autorités de contrôle visées à l'article 51 du règlement (UE) 2016/679 peuvent, dans les limites de leur compétence, infliger des amendes [...] conformément à l'article 83 du règlement (UE) 2016/679, à concurrence du montant visé à l'article 83, paragraphe 5, dudit règlement.
7. En ce qui concerne les manquements aux obligations prévues **aux articles 12 et 12 bis**, l'autorité de contrôle visée à l'article 52 du règlement (UE) 2018/1725 peut, dans les limites de sa compétence, infliger des amendes [...] conformément à l'article 66 du règlement (UE) 2018/1725, à concurrence du montant visé à l'article 66, paragraphe 3, dudit règlement.

#### **Article 16 bis**

##### **Signalements à l'autorité compétente**

***Sans préjudice de toute autre procédure administrative ou de tout autre recours juridictionnel, les autorités compétentes traitent dûment chaque signalement qu'elles reçoivent concernant une éventuelle infraction au présent règlement et, au moins sur demande, informent la personne qui a fait le signalement de la suite qui lui a été donnée. Au cours du mois précédant des élections ou un référendum, tout signalement reçu en rapport avec ces élections ou ce référendum est traité sans retard injustifié.***

**Publication des dates des élections et référendums [...]**

1. Les États membres publient les dates de leurs *élections et référendums* [...] en un endroit facilement accessible, *et* avec une référence appropriée au présent règlement.
2. ***La Commission met à disposition un portail sur lequel les États membres communiquent, immédiatement après l'annonce, les dates de leurs élections ou référendums. Ce portail sera accessible au public.***

## CHAPITRE V – DISPOSITIONS FINALES

### Article 18

#### Évaluation et réexamen

1. Dans les deux ans qui suivent chaque élection au Parlement européen et pour la première fois le 31 décembre 2026 au plus tard, la Commission présente un rapport sur l'évaluation et le réexamen du présent règlement. Ce rapport évalue la nécessité de modifier le présent règlement, *en particulier en ce qui concerne:*
  - a) *l'efficacité du présent règlement en ce qui concerne les moyens spécifiques de publicité à caractère politique;*
  - b) *la limitation plus poussée du traitement des données à caractère personnel aux fins des techniques de ciblage et d'amplification réglementées par le présent règlement;*
  - c) *l'incidence du présent règlement sur les petits et moyens acteurs des médias;*
  - d) *le type et le montant des sanctions imposées par les États membres;*
  - e) *l'établissement de répertoires accessibles au public pour toutes les annonces publicitaires à caractère politique en ligne.*
2. Le rapport est rendu public.

### Article 19

#### Exercice de la délégation

1. Le pouvoir d'adopter des actes délégués conféré à la Commission est soumis aux conditions fixées au présent article.
2. Le pouvoir d'adopter des actes délégués visé à l'article 7, paragraphe 8, et à l'article **12 bis**, paragraphe 5, [...] est conféré à la Commission pour une période de **trois ans à compter du ... [date d'entrée en vigueur de l'acte législatif de base ou toute autre date fixée par les**



*colégislateurs]. La délégation de pouvoir est tacitement prorogée pour des périodes d'une durée identique, sauf si le Parlement européen ou le Conseil s'oppose à cette prorogation trois mois au plus tard avant la fin de chaque période.[...]*

- 3) La délégation de pouvoir visée à l'article 7, paragraphe 8, et à l'**article 12 bis, paragraphe 5** [...], peut être révoquée à tout moment par le Parlement européen ou le Conseil. La décision de révocation met fin à la délégation de pouvoir qui y est précisée. La révocation prend effet le jour suivant celui de la publication de ladite décision au *Journal officiel de l'Union européenne* ou à une date ultérieure qui est précisée dans ladite décision. Elle ne porte pas atteinte à la validité des actes délégués déjà en vigueur.
- 3 bis.** *Avant l'adoption d'un acte délégué au titre de l'article 7, paragraphe 8, et de l'article 12 bis, paragraphe 5, la Commission consulte les experts désignés par chaque État membre conformément aux principes définis dans l'accord interinstitutionnel "Mieux légiférer" du 13 avril 2016.*
4. Aussitôt qu'elle adopte un acte délégué, la Commission le notifie au Parlement européen et au Conseil simultanément.
5. Un acte délégué adopté conformément à l'article 7, paragraphe 8, ou à l'article **12 bis, paragraphe 5** [...] n'entre en vigueur que si le Parlement européen ou le Conseil n'a pas exprimé d'objection dans un délai de deux mois à compter de la notification de cet acte au Parlement européen et au Conseil ou si, avant l'expiration de ce délai, le Parlement européen et le Conseil ont tous deux informé la Commission de leur intention de ne pas formuler d'objection. Ce délai est prolongé de deux mois à l'initiative du Parlement européen ou du Conseil.

*Article 20*

**Entrée en vigueur et application**

1. Le présent règlement entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.
2. Il est applicable **12 mois après sa publication au Journal officiel de l'Union européenne** [...].
3. Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le

*Par le Parlement européen*

*La présidente*

*Par le Conseil*

*Le président*

---

**Informations à communiquer conformément à l'article 7, paragraphe 2**

- a) Lorsque l'avis ne figure pas dans l'annonce publicitaire elle-même, un exemple/une représentation de l'annonce publicitaire à caractère politique ou un lien vers celle-ci.
- b) L'identité et le lieu d'établissement du parraineur pour le compte duquel l'annonce publicitaire est diffusée, y compris son nom, son adresse, son numéro de téléphone et son adresse électronique, et l'indication du fait qu'il s'agit d'une personne physique ou morale.
- b bis) Les informations requises au point b) 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.***
- c) La période durant laquelle l'annonce publicitaire à caractère politique est diffusée et, le cas échéant et si cette information est connue de l'éditeur, le fait que la même annonce publicitaire a déjà été diffusée dans le passé.
- d) Le cas échéant, les élections auxquelles la publicité est liée.
- e) Le montant cumulé provisoire dépensé pour l'annonce publicitaire concernée et, le cas échéant, pour la campagne de publicité concernée, y compris pour l'élaboration, le placement, la promotion, la publication et la diffusion des annonces publicitaires à caractère politique, et la valeur des autres avantages reçus en contrepartie partielle ou totale de l'annonce publicitaire concernée, ainsi que le montant cumulé réel dépensé et la valeur des autres avantages reçus, une fois connus.
- f) ***Des informations concernant les*** sources des fonds utilisés pour la campagne de publicité concernée, y compris pour l'élaboration, le placement, la promotion, la publication et la diffusion des annonces publicitaires à caractère politique.
- g) Des informations utiles sur la méthode utilisée pour calculer les montants et valeurs visés au point e).

- h) Lorsque l'éditeur est une très grande plateforme en ligne, un lien vers l'endroit où se trouve l'annonce publicitaire dans le répertoire de publicité de l'éditeur.
- i) Lorsque l'annonce publicitaire est liée à des élections ou à un référendum spécifiques, des liens vers des informations officielles sur les modalités de participation aux élections ou au référendum en question.
- j) Des informations sur le mécanisme établi en application de l'article 9.

**Informations à communiquer conformément à l'article 12 bis, paragraphe 1 [...]**

- a) Les groupes spécifiques de destinataires visés, y compris les paramètres utilisés pour déterminer les destinataires à l'intention desquels la publicité est diffusée, avec le même niveau de détail que celui utilisé pour le ciblage, les catégories de données à caractère personnel utilisées pour le ciblage et l'amplification, les objectifs, les mécanismes et la logique du ciblage et de l'amplification, y compris les paramètres d'inclusion et d'exclusion et les raisons du choix de ces paramètres.
  - b) La période de diffusion, le nombre de personnes à l'intention desquelles l'annonce publicitaire est diffusée et des indications sur la taille du public cible au sein de l'électorat concerné.
  - c) La source des données à caractère personnel visées au point a), y compris, le cas échéant, des informations selon lesquelles les données à caractère personnel sont des données dérivées, déduites ou obtenues d'un tiers et l'identité de celui-ci, ainsi qu'un lien vers l'avis de ce tiers relatif à la protection des données pour le traitement en question.
  - d) Un lien vers des moyens efficaces afin d'aider les particuliers à exercer les droits dont ils bénéficient en vertu du règlement (UE) 2016/679 ou du règlement (UE) 2018/1725, selon le cas, dans le contexte du ciblage et de l'amplification de la publicité à caractère politique sur la base de leurs données à caractère personnel.
- d bis) Un lien vers les règles visées à l'article 12 bis, paragraphe 1, point a), ou une indication claire de l'endroit où il est possible de les consulter aisément.*

