



Conseil de
l'Union européenne

Bruxelles, le 27 juin 2022
(OR. fr)

10718/22

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

LIMITE

**AG 76
INST 257
PE 75
FIN 717
DATAPROTECT 206
CODEC 1025
DISINFO 58
FREMP 146**

NOTE DE TRANSMISSION

Origine:	Présidence
Destinataire:	Délégations
N° doc. préc.:	8647/3/22 REV3
Objet:	Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique - Note de synthèse

Les délégations trouveront ci-joint une note de synthèse de la Présidence des travaux effectués pendant le semestre sur le dossier susmentionné.

p.j.: note de synthèse

Synthèse des travaux menés sous Présidence française :

Le 25 novembre 2021, la Commission a adopté une proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique. La proposition fait partie du paquet « Démocratie et intégrité des élections européennes », comprenant quatre propositions législatives et une communication annonçant un mécanisme commun de résilience électorale.

Le 28 avril 2022, la Conférence des présidents du Parlement européen a confirmé que la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs (IMCO) sera chargée des travaux de fond, en association avec la commission des libertés civiles, de la justice et des affaires intérieures (LIBE) et la commission de la culture et de l'éducation (CULT), avec des compétences exclusives et partagées entre les commissions. Les rapporteurs désignés sont Sandro GOZI (Renew Europe, France) pour IMCO, Anna Julia DONATH (Renew Europe, Hongrie) pour LIBE et Sabine VERHEYEN (PPE, Allemagne) pour CULT. Les travaux du Parlement sont au stade initial.

Le 15 décembre 2021, le Comité des représentants permanents a décidé de consulter le Comité économique et social européen, et le 21 décembre 2021 – le Comité des régions (consultation facultative). Le Comité économique et social européen a adopté son avis le 23 février 2022, le Comité des régions a rendu le sien le 28 avril 2022.

Au sein du Conseil, à la suite de la présentation du paquet « Démocratie et intégrité des élections européennes » par la Commission, le 25 janvier 2022 le Conseil (Affaires générales) a tenu un premier débat d'orientation sur les quatre propositions législatives du paquet, sur la base de questions formulées par la présidence. Les Etats membres ont soutenu le principe du renforcement de la transparence des publicités à caractère politique, l'encadrement des techniques de ciblage et d'amplification, ainsi que l'importance de la protection des données. Les Etats membres ont souligné l'importance d'une bonne articulation avec les législations existantes ou en cours de négociation.

Sur la base de ces premières orientations politiques, le Groupe affaires générales a poursuivi les travaux au niveau technique. Le premier projet de compromis de la Présidence portant sur les trois premiers chapitres du règlement a été transmis aux Etats membres le **2 mai 2022** et discuté à

plusieurs reprises entre le 17 mai et le 1^{er} juin. Deux versions révisées ont été transmises aux Etats membres les **3 et 10 juin 2022**. Dans l'ensemble, les Etats membres ont soutenu les propositions de la Présidence mais souhaitent poursuivre les discussions au niveau technique. Une nouvelle version révisée du compromis a été transmise aux Etats membres le **27 juin**.

Les principales propositions de compromis de la Présidence portent sur :

- 1. le respect des compétences des Etats membres** [article 1a] avec le renforcement des dispositions prévoyant que le règlement n'affecte ni le contenu des publicités politiques, ni les règles nationales ou européennes régissant d'autres aspects liés à la publicité politique que ceux couverts par le présent règlement, ainsi que les périodes électorales et la conduite des campagnes politiques ;
- 2. la prise en compte des spécificités des médias hors ligne et des PME** [considérants 13a et 14a], notamment par l'introduction de clauses horizontales de flexibilité pour la mise en œuvre des règles prévues par le règlement ;
- 3. la précision de la définition et de l'identification de la publicité à caractère politique** [article 2.2], avec l'introduction d'une exception générale pour les opinions politiques exprimées dans les médias sauf en cas de rémunération spécifique pour ces opinions exprimées, la précision de la définition des publicités à caractère politique thématique (« *issue-based ad* ») par l'introduction d'un critère d'intention, d'une condition de lien substantiel et de facteurs d'identification ;
- 4. la précision de la chaîne de transmission d'information et rééquilibrage de la chaîne de responsabilité** [articles 5 à 7 et 12], en garantissant la transmission d'informations exactes et complètes tout au long de la chaîne de valeur et jusqu'à la publication par l'éditeur qui rend la publicité accessible au public. Pour cela, les propositions de la Présidence visent à renforcer les obligations des parraineurs, ainsi qu'à clarifier et équilibrer les obligations des prestataires de service de publicité à caractère politique, notamment les obligations spécifiques des éditeurs de publicité à caractère politique ;
- 5. le renforcement du mécanisme de notification des publicités ne respectant pas les dispositions du règlement** [article 9] afin de permettre un meilleur suivi des notifications reçues de la part de l'éditeur et d'éviter la publication d'information erronée ou manquante,

en particulier pour les notifications transmises dans le mois précédent une élection ou un référendum ;

6. le renforcement des exigences de transparence des techniques de ciblage et d'amplification [article 12], en précisant les informations relatives au traitement des données personnelles devant apparaître ;

7. le renforcement de la sécurité juridique des différents acteurs de la chaîne de valeur [article 7.8 et 12.8], en limitant les pouvoirs de délégation octroyés à la Commission aux seules modifications des annexes (ajout et modification) liées à des évolutions technologiques, à la recherche scientifique, à l'évolution de la surveillance exercée par les autorités compétentes et les orientations pertinentes des organismes compétents.

8. S'agissant des **exigences en matière de techniques de ciblage et d'amplification impliquant l'usage de données personnelles**, tant s'agissant du renforcement des exigences de transparence, que de leur encadrement, les Etats membres ont souhaité poursuivre les discussions au niveau technique.

Cet article met en balance deux éléments essentiels du débat démocratique, l'accès de tous les citoyens à l'information politique, en particulier à travers l'action des partis politiques, et la protection de la capacité des citoyens à exercer leur liberté de manière éclairée.

Le Règlement sur la protection générale des données (RGPD) prévoit neuf exceptions à l'interdiction générale du traitement de données personnelles sensibles. La Loi sur les services numériques (DSA) prévoit quant à elle une interdiction générale, sur les plateformes en ligne, des publicités ciblées au moyen de techniques de profilage impliquant le traitement de données sensibles. Le projet de règlement sur la transparence et le ciblage des publicités à caractère politique prévoit un champ d'application plus large et couvre l'ensemble des médias, les techniques d'amplification et les techniques de ciblage n'impliquant pas le profilage.