



Council of the
European Union

Brussels, 13 December 2023
(OR. en, fr)

16483/23

**Interinstitutional File:
2021/0381(COD)**

LIMITE

**AG 169
MI 1096
DATAPROTECT 353
DISINFO 103
FREMP 360
AUDIO 123
CONSOM 473
TELECOM 374
CODEC 2421**

NOTE

From:	General Secretariat of the Council
To:	Delegations
No. prev. doc.:	16371/23
No. Cion doc.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD 2 to 4 - COM(2021) 731 final
Subject:	Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on the transparency and targeting of political advertising - Comments from delegations

Further to the latest draft state of play of the interinstitutional negotiations, delegations will find in Annex comments from delegations.

ANNEX

CZECH REPUBLIC	3
GERMANY	4
FRANCE	5
ITALY	8

CZECH REPUBLIC

- We would like to recall our previous comments from 21/11/2023 (as contained in the document 15980/23) on in-house activities, territorial scope, and the issue of responsibility in connection to European public repository (now row 52e).

Row 27

- We would prefer the reference to public opinion to be deleted or rephrased. For instance, as follows:

(17) The ***promotion***, publication, ***delivery*** or dissemination by other actors of a message that is liable ***and designed*** to influence the outcome of an election or referendum, legislative or regulatory process or voting behaviour ~~***or the public opinion on societal or controversial issues at Union, national, regional, local or at a political party level***~~ should also constitute political advertising. ***This could also include messages on societal or controversial issues if the aim is to impact voting behaviour by influencing the public opinion.***

Row 58

- Our understanding, based also on the information provided, was that special categories of data are generally treated as a subset of personal data in this regulation. Therefore, we do not understand why the reference to “other than special categories of personal data” was included in the first subparagraph. Now the recital makes it unclear as to how the special categories of data will be treated when profiling is not involved.

Row 205

- We would like to recall our previous comments from 27/11/2023.
- While the current recital 66 (row 76) points out that the Commission is empowered to adopt delegated acts in relation to the information to be included in the transparency notice and in relation to the information about the use of targeting and ad-delivery techniques, the language in row 205 still remains unclear as to whether the reference to “add points to paragraph 1” relates to the whole paragraph (points (a) to (ca)), which is not in line with the scope agreed in the General Approach, or to the information to be provided according to point (c). Since we do not favour extending the scope, we would highly prefer a language that clearly connects the delegated acts to point (c).

GERMANY

Recital 19 – row 29 (“editorial freedom of the media”)

- DEU **repeats its request** submitted to PCY on 27 november and 30 november to **delete the last sentence** of recital 19 (...However, when such political opinions are subsequently promoted, published or disseminated by service providers, they should be considered to be political advertising.). Alternatively, it should be made clear that

“media service providers” who publish content subsequently for **other purposes** than “to influence the outcome of an election or referendum, a voting behaviour” are not included: “However, when such political opinions are subsequently promoted, published or disseminated by service providers **with a political purpose [=with the aim of exerting political influence]**, they should be considered to be political advertising.”

- According to the wording of the last sentence, for example, **the subsequent use of content in media libraries would be considered political advertising. It also does not take into account licensing models.** This cannot be the aim of the regulation.

FRANCE

Les commentaires écrits ci-après portent sur le document 16371/23, projet informel d'état des lieux des négociations interinstitutionnelles.

Sur les considérants (encore en discussion et en jaune dans le document)

Ligne 29 – considérant 19

Les autorités françaises saluent les précisions apportées au considérant 19 qui indique que les opinions politiques exprimées dans tout média sous responsabilité éditoriale ne doivent pas être couvertes par le règlement.

Elles rappellent cependant l'importance de supprimer la dernière phrase du paragraphe : *"However, when such political opinions are subsequently promoted, published or disseminated by service providers, they should be considered to be political advertising."*

Les opinions politiques exprimées dans les médias, sauf si un paiement spécifique ou une autre forme de rémunération est fourni par des tiers, ne sauraient en aucun cas être considérées comme de la publicité politique.

Ligne 14a – considérant 4a

Les autorités françaises soutiennent la rédaction de ce considérant, qui encourage les plateformes à démonétiser les contenus de désinformation, et qui fait référence au Code de bonnes pratiques en matière de désinformation.

Ligne 47 – considérant 37a

Les autorités françaises estiment que le considérant 37a qui précise que pour garantir le respect des exigences du présent règlement, il est nécessaire que la publicité politique téléchargée sur un service intermédiaire au sens de l'article 3, point g), du règlement (UE) n° 2022/2065 et diffusée par celui-ci, soit identifiée par l'utilisateur comme étant une publicité politique auprès du fournisseur de service intermédiaire, va dans le bon sens.

Il pourrait toutefois être précisé que la responsabilité du fournisseur de service intermédiaire ne devrait, en principe, pas être retenue pour un manquement à ses obligations au titre du présent règlement lorsqu'une publicité à caractère politique n'a pas été identifiée comme telle par l'utilisateur qui l'a mise en ligne.

Ligne 52e – considérant 42 c (répertoire)

Les autorités françaises estiment que la responsabilité de la véracité et de la complétude des informations qui seront transmises dans le répertoire doit être précisée, comme cela est d'ailleurs prévu à l'article 7 (2), l'éditeur de publicité politique ne disposant pas de l'intégralité des informations à fournir dans l'avis de transparence.

Ligne 55c – considérant 45c

Les autorités françaises estiment qu'il ne relève pas de la compétence des éditeurs de publicité politique de fournir des informations sur les possibilités de recours en ce qui concerne la publicité

qui a été notifiée en vertu du mécanisme de signalement prévu par l'article 9. Elles souhaitent la suppression de la formulation suivante : « *and including information on the possibilities for redress in respect of the advertisement to which the notification relates.* »

Sur les articles

Ligne 105 (définition de la publicité politique)

S'agissant de la définition des publicités politiques, les autorités françaises rappellent qu'elles sont attachées à ce que **les critères d'application du règlement soient suffisamment précis et objectifs** pour que les plateformes puissent effectivement l'appliquer et afin d'éviter de soumettre les plateformes à une obligation de surveillance généralisée pour qualifier les contenus de publicité politique.

Les précisions apportées par le nouveau considérant 16 pourraient être renforcées et clarifiées pour permettre aux plateformes d'identifier aisément les contenus concernés. [La définition actuelle des publicités politiques impose en effet une appréciation au cas par cas des contenus : la notion de « in-house activities » empêchant toute identification automatisable des publicités politiques].

Ligne 195 et suivantes (notamment 195b) (article 12)

Les exigences de l'article 12 impliquent la mise en place d'un système de traitement de données spécifique aux publicités politiques ; la ligne 195b notamment exige le recueil d'un consentement spécifique et distinct pour ces traitements de données. En conséquence, les services comme ceux des plateformes en ligne, qui reposent sur des traitements de données pour la sélection et l'affichage d'informations pour chaque utilisateur, devront analyser chaque élément de contenu présent sur leurs services pour déterminer si le contenu est une publicité politique au sens du texte, et ainsi savoir si elles doivent soumettre ce contenu à un régime spécifique de traitement de données conforme à l'article 12.

Il convient de s'assurer que le texte n'induit pas d'obligation de facto de surveillance généralisée, proscrite par le DSA, ni de charge excessive qui aurait pour effet d'inciter ces plateformes à renoncer à tout traitement de données pour tous les contenus susceptibles d'être des publicités politiques, **et ce afin d'éviter que ces contenus ne soient plus sélectionnés ni affichés sur ces plateformes, ce qui aurait un effet néfaste significatif sur le débat public.**

Ligne 163o –article 7 (2)

Les autorités françaises peuvent soutenir la répartition de la responsabilité de la véracité des informations entre le parraineurs et l'éditeur de publicité politique. Elles estiment toutefois que les dispositions du point (k) imposent une charge trop importante à l'éditeur ; cette information pouvant varier de manière régulière, il est difficile de pouvoir en assurer l'exactitude de manière continue.

La disposition prévoyant l'obligation pour le service de publicités politiques d'informer la plateforme de tout élément lié à la véracité des informations va dans le bon sens mais la répartition des responsabilités pourrait peut-être être encore clarifiée afin de s'assurer que la plateforme ne se retrouve pas responsable d'une information inexacte qui lui aurait été transmise par le service de publicités politiques.

Ligne 163r – article 7a (2)

L'article 7a (2) qui donne la possibilité à la Commission d'adopter des actes délégués pour ajouter des informations à la liste ou pour en modifier n'est pas satisfaisant car il laisse une marge de manœuvre à la Commission trop importante et pourrait créer des obligations disproportionnées pour les acteurs de la chaîne de valeur.

ITALY

Recital 19 – 16371/23

1) Compared to the Council mandate and to the COM proposal, the *draft agreement* appears to expand the range of opinions published in professional media which are included in the scope of application of the Regulation, since it refers to opinions for which there is a payment or other remuneration by third parties for or in connection with the preparation, placement, promotion, publication, delivery or dissemination actions. On this point, the question arises whether the provision should be interpreted in the sense that those opinions which are expressed spontaneously - but for which there is a payment or other remuneration from third parties also for only one of the aforementioned additional sponsorship activities in a broad sense – are to be considered political advertising. If this interpretation were to be confirmed, in our opinion, there would be a political advertising message that could be "liable" but, at least in content, not "designed" to have an impact on the electoral campaign.

2) Furthermore, according to the draft agreement, if such opinions are subsequently promoted, published or disseminated by a service provider, they must certainly be considered political advertising. Also in this case the question arises whether the interpretation according to which this also applies to opinions not expressed in return for payment or other remuneration by third parties is correct. **This last sentence of recital 19 should be deleted.**

In our opinion, indeed the draft agreement would be likely to affect the independence of the media and the exercise of editorial freedom as well as freedom of expression.

For greater clarity, it is not excluded that the opinions expressed in the professional media, even those not paid for, may be used for political propaganda purposes but it is believed, in a balance of interests, that the guarantee of independence of the media and the right to freedom of expression on the media themselves should be considered prevalent.

Recital 19a could also mitigate the problem, to the extent that it excludes opinions expressed in a personal capacity from the scope of application of the Regulation; it should, however, be specified that this provision also applies to the opinions referred to in recital 19 (expressed in the media).