Journal officiel
de l'Union européenne

FR
Série C

C/2026/1642

13.3.2026

RÉSUMÉ DE LA DÉCISION DE LA COMMISSION

du 5 décembre 2025

relative à une procédure en vertu de l'article 71 du règlement (UE) 2022/2065

(Affaire DSA.100109 – TikTok)

[notifiée sous le numéro C(2025) 8538 final]

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi)

(C/2026/1642)

Le 5 décembre 2025, la Commission a adopté une décision rendant les engagements contraignants en vertu de l'article 71 du règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE ([1]). *Conformément aux dispositions de l'article 80 dudit règlement, la Commission publie ci-après le nom des parties et l'essentiel de la décision, y compris les sanctions imposées, en tenant compte de l'intérêt légitime de la très grande plateforme en ligne ou du très grand moteur de recherche concerné et de tout tiers à ce que leurs informations confidentielles ne soient pas divulguées.*

1. **INTRODUCTION**

(1) Conformément à l'article 71 du règlement (UE) 2022/2065, la Commission rend contraignants les engagements proposés par TikTok Technology Limited (ci-après «TTTL») dans l'affaire DSA.100109 – TikTok et déclare qu'il n'y a plus lieu d'agir dans cette affaire.

2. **PROCÉDURE**

(2) Par décision du 25 avril 2023, la Commission a désigné TikTok comme très grande plateforme en ligne («TGPL») en vertu de l'article 33, paragraphe 4, du règlement (UE) 2022/2065 ([2]).

(3) Conformément à l'article 33, paragraphe 6, et à l'article 92 du règlement (UE) 2022/2065, le fournisseur de TikTok était tenu de se conformer audit règlement en ce qui concerne TikTok à partir du 28 août 2023.

(4) Le 19 février 2024, la Commission a adopté, au titre de l'article 66, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, une décision d'ouvrir la procédure en vue de l'adoption éventuelle d'une décision en vertu des articles 73 et 74 dudit règlement, concernant le respect par le fournisseur de TikTok de l'article 28, paragraphe 1, de l'article 34, paragraphes 1 et 2, de l'article 35, paragraphe 1, de l'article 39, paragraphe 1, et de l'article 40, paragraphe 12, du règlement (UE) 2022/2065 dans le contexte de la fourniture de TikTok dans l'Union dans le cadre des affaires DSA.100104, DSA.100105, DSA.100106, DSA.100107, DSA.100108 et DSA.100109 – TikTok (ci-après la «décision d'ouverture de la procédure») ([3]).

(5) Le 15 mai 2025, la Commission a communiqué à TTTL, en tant qu'établissement principal du fournisseur de TikTok dans l'Union, et à ByteDance Limited (ci-après «ByteDance»), en tant qu'entité contrôlant le groupe d'entités juridiques auquel appartient TTTL, conformément à l'article 73, paragraphe 2, et à l'article 79, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, ses constatations préliminaires dans le cadre de l'affaire DSA.100109 – TikTok, selon lesquelles elle a estimé, à titre préliminaire, que le fournisseur de TikTok ne s'était pas conformé à l'article 39, paragraphe 1, dudit règlement dans le contexte de la fourniture de TikTok dans l'Union (ci-après les «constatations préliminaires») ([4]).

(6) Le 8 août 2025, le fournisseur de TikTok a présenté sa réponse aux constatations préliminaires.

([1]) JO L 277 du 27.10.2022, p. 1.
([2]) Décision C(2023) 2720 final de la Commission.
([3]) Décision C(2024) 1158 final de la Commission.
([4]) Décision C(2025) 3185 final de la Commission.

(7) Par lettre du 26 novembre 2025, TTTL, sans reconnaître d'infraction au règlement (UE) 2022/2065, a formellement proposé des engagements au titre de l'article 71 dudit règlement afin de garantir le respect de l'article 39, paragraphe 1, dudit règlement dans le contexte de la constatation préliminaire de la Commission concernant le non-respect de ladite disposition par le fournisseur, comme énoncé dans les constatations préliminaires du 15 mai 2025 dans l'affaire DSA.100109 – TikTok.

3. **LE FOURNISSEUR DE TIKTOK DANS L'UNION**

(8) La Commission considère TTTL et ByteDance comme les fournisseurs de TikTok au sens du règlement (UE) 2022/2065.

4. **CONSTATATIONS PRÉLIMINAIRES DE LA COMMISSION RELATIVES AU NON-RESPECT PAR LE FOURNISSEUR DE TIKTOK**

4.1. **Mesures pertinentes**

(9) Dans le but de se conformer à l'article 39, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, le fournisseur de TikTok a compilé un registre de publicités. Le registre des publicités a été publié par le fournisseur de TikTok et est accessible à l'aide d'un outil disponible à l'adresse https://library.tiktok.com/ads (sous le nom de «Bibliothèque de contenu commercial»). Le fournisseur a également rendu son registre des publicités accessible à l'aide d'une interface de programmation d'application, à savoir la «Commercial Content API» (API de contenu commercial).

4.2. **Constatations préliminaires relatives au respect de l'article 39, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065**

(10) Dans ses constatations préliminaires, la Commission a estimé, à titre préliminaire, que le fournisseur de TikTok ne s'était pas conformé à l'article 39, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065 en ce qui concerne son registre des publicités, car il n'a pas:

— fourni d'outil de recherche permettant d'effectuer des recherches multicritères;

— mis à la disposition du public son registre des publicités par l'intermédiaire d'interfaces de programmation d'application;

— assuré la disponibilité de l'information demandée pour toute la période pendant laquelle il présente une publicité;

— inclus dans ledit registre toutes les informations visées à l'article 39, paragraphe 2, du règlement (UE) 2022/2065, comme exigé par l'article 39, paragraphe 1, dudit règlement, notamment car il n'avait pas:

  — fourni le contenu de la publicité, y compris le nom du produit, du service ou de la marque, ainsi que l'objet de la publicité;

  — fourni les informations concernant la personne physique ou morale pour le compte de laquelle la publicité est présentée, ni concernant la personne physique ou morale qui a payé la publicité dans le cas des publicités de type «Promotion»;

  — fourni une quantité suffisante d'informations sur les principaux paramètres utilisés pour présenter la publicité à un ou plusieurs groupes particuliers de destinataires du service, y compris, s'il y a lieu, les principaux paramètres utilisés pour exclure un ou plusieurs de ces groupes particuliers;

  — les nombres totaux de destinataires ventilés par État membre pour le ou les groupes de destinataires que la publicité ciblait spécifiquement.

5. **ENGAGEMENTS PROPOSÉS**

(11) Le 26 novembre 2025, TTTL, en tant qu'établissement principal du fournisseur de TikTok dans l'Union au sens de l'article 56, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, a proposé des engagements au titre de l'article 71, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065 afin de garantir le respect de l'article 39, paragraphe 1, dudit règlement dans le contexte de la constatation préliminaire de la Commission relative au non-respect par le fournisseur de l'article 39, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, comme exposé dans les constatations préliminaires de l'affaire DSA.100109 – TikTok (ci-après les «engagements»).

(12) TTTL s'engage à:

1) ajouter de nouveaux filtres à l'outil de recherche des publicités figurant dans la Bibliothèque de contenu commercial afin d'en améliorer la fonctionnalité, dont: a) un filtre «Type d'annonce» (*Ad Type*), permettant aux utilisateurs de choisir entre des publicités au format vidéo, image ou texte; b) un filtre «Statut de l'annonce» (*Ad Status*), permettant aux utilisateurs de distinguer les campagnes actives des campagnes inactives; c) une option permettant de sélectionner plusieurs pays afin de rendre possible des requêtes portant simultanément sur plusieurs pays membres de l'UE; d) un filtre «Portée de l'annonce» (*Ad Reach*) (utilisateurs uniques); e) un filtre «Âge» (*Age*), permettant aux utilisateurs de faire une recherche selon les tranches d'âge ciblées; et f) un filtre «Genre» (*Gender*), permettant aux utilisateurs de faire une recherche selon le genre ciblé;

2) compléter ses orientations publiques pour expliquer la portée et le fonctionnement des outils de recherche et de filtrage;

3) augmenter la limite actuelle des résultats de recherche approximative pour qu'elle passe de 1 000 à 5 000 entrées par requête;

4) décrire la méthodologie de la recherche approximative dans ses orientations publiques;

5) modifier le formulaire de demande adressé à la Commercial Content API afin que seuls les champs obligatoires suivants soient demandés: nom, pays, adresse électronique et un lien vers un profil professionnel;

6) traiter toutes les demandes adressées à la Commercial Content API dans un délai d'en moyenne deux (2) jours ouvrables après la réception d'un formulaire de candidature complet et correct;

7) modifier les conditions générales d'utilisation pour développeurs (*Developer Terms of Services*) afin de clarifier les conditions d'utilisation de la Commercial Content API et limiter les restrictions contractuelles suivantes: a) supprimer les renvois à un comportement «néfaste pour le goodwill ou la réputation de TikTok»; et b) remplacer les renvois à une «utilisation excessive ou abusive» par une formule limitant les activités posant un risque pour la sécurité matérielle, la stabilité ou l'intégrité, ou posant tout autre risque légitime pour la Commercial Content API ou les systèmes plus larges de TikTok;

8) supprimer l'actuelle limite d'accès de quatre-vingt-dix (90) jours;

9) réduire le délai standard d'inclusion et de mise à jour des publicités dans la Bibliothèque de contenu commercial pour le faire passer de «jusqu'à quarante-huit (48) heures» à «dans les vingt-quatre (24) heures»;

10) mettre à jour ses orientations publiques pour fournir une description détaillée du processus de mise à jour de la Bibliothèque de contenu commercial;

11) ajouter un champ dédié à chaque entrée de la Bibliothèque de contenu commercial affichant l'adresse URL du site web externe vers lequel l'annonceur a demandé à TikTok de diriger les utilisateurs après qu'ils ont interagi avec la publicité, lorsqu'elle est fournie par l'annonceur;

12) afficher la légende publicitaire accompagnant chaque entrée, lorsqu'elle est fournie par les annonceurs;

13) ajouter un champ pour l'objet de chaque entrée;

14) ajouter l'information concernant le *call-to-action* (appel à l'action) pour chaque entrée, lorsqu'elle est fournie par les annonceurs;

15) demander les noms des payeurs et des bénéficiaires aux annonceurs ciblant les utilisateurs dans l'Union lorsqu'ils effectuent un nouvel achat via le système de Promotion;

16) permettre aux annonceurs de mettre à jour ces informations par l'intermédiaire de leurs réglages pour leurs prochains achats de type Promotion;

17) inclure dans chaque entrée, le cas échéant, la langue, l'appareil et le système d'exploitation choisis par l'annonceur;

18) inclure dans chaque entrée, le cas échéant, l'information selon laquelle l'annonceur a choisi ou non de cibler des utilisateurs à la capacité de dépense élevée;

19) inclure dans chaque entrée, le cas échéant, la localisation (pays, état/province et ville) ciblée choisie par l'annonceur;

20) inclure dans chaque entrée, le cas échéant, les catégories de centres d'intérêt ciblées choisies par l'annonceur;

21) inclure dans chaque entrée l'objectif publicitaire choisi par l'annonceur, le cas échéant;

22) indiquer dans chaque entrée, le cas échéant, si un annonceur a choisi d'exclure des destinataires sur base d'une liste personnalisée du public cible;

23) fournir les données de portée agrégées ventilées par État membre, également affinées par âge et par genre, pour chaque entrée.

6. **CONCLUSION**

(13) La Commission doit veiller à ce que les engagements proposés répondent à ses préoccupations selon lesquelles un fournisseur donné ne s'est pas conformé aux dispositions concernées dudit règlement. Le principe de proportionnalité exige que les engagements proposés par le fournisseur concerné répondent de manière adéquate aux préoccupations de la Commission, et que ledit fournisseur n'ait proposé aucun engagement moins contraignant répondant également de manière adéquate à ces préoccupations. Dans l'exercice de cette vérification, la Commission doit toutefois prendre en considération les intérêts des tiers.

(14) La Commission conclut que les engagements proposés par TTTL répondent de manière adéquate aux constatations préliminaires de l'affaire DSA.100109 – TikTok, comme exposées à la section 4 ci-dessus, concernant le non-respect par le fournisseur de TikTok de l'article 39, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065 dans le contexte de la fourniture de TikTok dans l'Union.

(15) La Commission rend par conséquent contraignants, pour une période de cinq ans, les engagements proposés par TTTL en tant qu'établissement principal du fournisseur de TikTok dans l'Union, au sens de l'article 56, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, pour répondre aux constatations préliminaires de la Commission relatives au non-respect par ledit fournisseur de l'article 39, paragraphe 1, du règlement (UE) 2022/2065, comme décrit dans les constatations préliminaires de l'affaire DSA.100109 – TikTok.

(16) Étant donné que la Commission estime que les engagements répondent aux constatations préliminaires de manière adéquate, il y a lieu de clore la procédure dans l'affaire DSA.100109 – TikTok.