Journal officiel
de l'Union européenne

FR
Série L

2025/1410

16.7.2025

# RÈGLEMENT D'EXÉCUTION (UE) 2025/1410 DE LA COMMISSION

**du 9 juillet 2025**

**relatif au format, au modèle et aux spécifications techniques du marquage et des avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique conformément aux articles 11 et 12 du règlement (UE) 2024/900 du Parlement européen et du Conseil**

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

LA COMMISSION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne,

vu le règlement (UE) 2024/900 du Parlement européen et du Conseil du 13 mars 2024 relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique ([1]), et notamment son article 11, paragraphe 4, et son article 12, paragraphe 7,

considérant ce qui suit:

(1) Le règlement (UE) 2024/900 établit des règles harmonisées pour la prestation de services de publicité à caractère politique et de services connexes, ainsi que pour l'utilisation de techniques de ciblage et de diffusion d'annonces publicitaires impliquant le traitement de données à caractère personnel dans le cadre de la publicité à caractère politique en ligne. Comme mentionné au considérant 2 du règlement (UE) 2024/900, la publicité à caractère politique peut être diffusée ou publiée par l'intermédiaire de médias traditionnels hors ligne tels que les journaux, la télévision et la radio, ainsi que, de manière croissante, par l'intermédiaire de plateformes en ligne, de sites internet, d'applications mobiles, de jeux informatiques et d'autres interfaces numériques.

(2) L'article 11, paragraphe 4, et l'article 12, paragraphe 7, du règlement (UE) 2024/900 imposent à la Commission d'adopter des actes d'exécution établissant, respectivement, le format et le modèle du marquage visé à l'article 11, paragraphe 3, dudit règlement et le format et les spécifications techniques de l'avis de transparence visé à l'article 11, paragraphe 1, point e), et à l'article 12 dudit règlement.

(3) L'article 11, paragraphe 1, du règlement (UE) 2024/900 exige des éditeurs de publicité à caractère politique qu'ils veillent à ce que chaque annonce publicitaire à caractère politique soit accompagnée des informations suivantes, formulées de manière claire et non ambiguë et mises en évidence: a) une déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique; b) l'identité du parraineur et, le cas échéant, de l'entité qui le contrôle en dernier ressort; c) le cas échéant, l'élection, le référendum ou le processus législatif ou réglementaire auquel l'annonce publicitaire à caractère politique se rattache; d) le cas échéant, une déclaration indiquant que l'annonce publicitaire à caractère politique a fait l'objet de techniques de ciblage ou de techniques de diffusion d'annonces publicitaires; et e) un avis de transparence contenant les informations visées à l'article 12, paragraphe 1, dudit règlement ou une indication claire de l'endroit où cet avis peut être facilement et directement récupéré. Conformément à l'article 11, paragraphe 2, du règlement (UE) 2024/900, les éditeurs de publicité à caractère politique sont par ailleurs tenus de veiller à l'exhaustivité des informations énumérées au paragraphe 1 dudit article ainsi qu'à l'exactitude des informations relatives à l'endroit où l'avis de transparence peut être récupéré.

(4) Conformément à l'article 11, paragraphe 3, du règlement (UE) 2024/900, les informations visées à l'article 11, paragraphe 1, dudit règlement doivent être fournies sous la forme d'un marquage de l'annonce publicitaire à caractère politique, qui soit adapté au support utilisé. Conformément à l'article 11, paragraphe 3, deuxième alinéa, du règlement (UE) 2024/900, ce marquage doit être visible, permettre aux personnes d'identifier facilement une annonce publicitaire à caractère politique en tant que telle et rester en place en cas de diffusion ultérieure de l'annonce.

([1]) JO L, 2024/900, 20.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj.

(5) L'article 11, paragraphe 1, point e), du règlement (UE) 2024/900 exige des éditeurs de publicité à caractère politique qu'ils veillent à ce que chaque annonce publicitaire à caractère politique soit accompagnée d'un avis de transparence contenant les informations visées à l'article 12, paragraphe 1, dudit règlement ou d'une indication claire de l'endroit où cet avis peut être facilement et directement récupéré. Conformément à l'article 12, paragraphe 3, du règlement (UE) 2024/900, l'avis de transparence doit être inclus dans chaque annonce publicitaire à caractère politique ou être facilement récupérable à tout moment pendant la période de publication de celle-ci. Il doit également être tenu à jour pendant toute la période de publication de l'annonce publicitaire à caractère politique, être présenté dans un format facilement accessible et, du moins lorsque l'annonce est mise à disposition au format électronique, être disponible dans un format lisible par machine, et il doit être rédigé dans la langue de l'annonce.

(6) Comme souligné au considérant 87 du règlement (UE) 2024/900, les informations à fournir concernant l'utilisation des techniques de ciblage et des techniques de diffusion d'annonces publicitaires devraient être présentées dans un format aisément accessible, clairement visible, convivial, y compris en recourant à un langage simple, et accessible aux personnes handicapées.

(7) En outre, l'article 12, paragraphe 4, du règlement (UE) 2024/900 impose aux éditeurs de publicité à caractère politique de conserver leurs avis de transparence, ainsi que toute modification qui leur a été apportée, pendant sept ans à compter de la dernière publication de l'annonce publicitaire à caractère politique concernée.

(8) En outre, l'article 11, paragraphe 5, du règlement (UE) 2024/900 dispose que les États membres, notamment leurs autorités compétentes, et la Commission doivent encourager l'élaboration de codes de conduite volontaires destinés à contribuer à la conformité du marquage des annonces publicitaires à caractère politique.

(9) Il est nécessaire d'établir le format et le modèle du marquage et de l'avis de transparence, et de veiller à ce qu'ils soient adaptés au support utilisé par les annonces publicitaires à caractère politique. Il y a lieu de définir des exigences générales pour le marquage et les avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique hors ligne et en ligne afin de couvrir le large éventail de formes physiques et numériques de publication, y compris, s'il y a lieu, les produits publicitaires. Des exigences supplémentaires devraient être définies pour tenir compte des spécificités des services de médias audiovisuels linéaires et à la demande et des services de radio linéaires et non linéaires, ainsi que du format distinct des supports imprimés, tels que les journaux, les magazines, les brochures, les livrets, les prospectus, les affiches ou les dépliants, et des caractéristiques particulières des supports numériques, notamment des plateformes en ligne, des sites internet, des applications mobiles et des jeux informatiques.

(10) Il serait possible d'utiliser au mieux les éléments d'interface utilisateur qui facilitent la navigation et l'affichage d'informations en ligne, tels que les vignettes, les icônes, les affichages imbriqués, les fenêtres contextuelles ou la superposition de messages intégrés, pour présenter le marquage et faire en sorte que les citoyens reconnaissent aisément une annonce publicitaire à caractère politique en ligne sans devoir interagir avec l'annonce elle-même.

(11) Il importe de définir des spécifications techniques pour les avis de transparence mis à disposition en ligne. Ces spécifications techniques devraient être sans préjudice des exigences techniques relatives à la transmission d'informations au répertoire européen des annonces publicitaires à caractère politique en ligne, que les éditeurs de publicité à caractère politique doivent respecter pour se conformer à leurs obligations au titre de l'article 13, paragraphes 2 et 4, du règlement (UE) 2024/900.

(12) Pour garantir que les avis de transparence sont accessibles aux personnes handicapées, il convient de tenir compte, lors de leur publication, des exigences en matière d'accessibilité prévues à l'annexe I de la directive (UE) 2019/882 du Parlement européen et du Conseil ([2]) qui sont applicables, telles celles énoncées à la section III de ladite annexe.

(13) Le présent règlement tient compte des besoins spécifiques des micro-, petites et moyennes entreprises, conformément au principe de proportionnalité.

([2]) Directive (UE) 2019/882 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 relative aux exigences en matière d'accessibilité applicables aux produits et services (JO L 151 du 7.6.2019, p. 70, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj).

(14) Le Contrôleur européen de la protection des données a été consulté conformément à l'article 42, paragraphe 1, du règlement (UE) 2018/1725 du Parlement européen et du Conseil ([3]) et a rendu son avis le 17 juin 2025.

(15) Les mesures prévues par le présent règlement sont conformes à l'avis du comité visé à l'article 29, paragraphe 1, du règlement (UE) 2024/900,

A ADOPTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

*Article premier*

1. Le marquage prévu à l'article 11 du règlement (UE) 2024/900 est conforme aux annexes I et II du présent règlement.

2. Les avis de transparence prévus à l'article 12 du règlement (UE) 2024/900 sont conformes aux annexes I, II et III du présent règlement.

*Article 2*

Le présent règlement entre en vigueur le vingtième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Il est applicable à partir du 10 octobre 2025.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 9 juillet 2025.

*Par la Commission*
*La présidente*
Ursula VON DER LEYEN

([3]) 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, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

*ANNEXE I*

**Format du marquage et des avis de transparence**

1. **Exigences générales**

1. La présente section établit des exigences communes pour le marquage et les avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique, qui sont applicables à toutes les formes et à tous les moyens de publication, de diffusion et de distribution de ces annonces.

2. Le marquage doit être inclus dans, apposé sur ou associé à l'annonce publicitaire à caractère politique d'une manière claire et non ambiguë et être mis en évidence, afin de fournir de façon adéquate au lecteur, au spectateur ou à l'auditeur les informations mentionnées à l'annexe II du présent règlement.

3. Un marquage n'est pas clair, est ambigu et n'est pas mis en évidence, si une personne lambda éprouve des difficultés à le lire, le voir ou l'entendre, ou s'il peut facilement passer inaperçu, notamment parce qu'il ne se distingue pas clairement de l'annonce publicitaire à caractère politique ou du fait de la configuration du support de publication ou de diffusion.

4. Le texte du marquage visuel et de l'avis de transparence est lisible et apparaît dans une police de caractères de taille et de forme appropriées, adaptée au support de publication, et présente un contraste suffisant ainsi qu'un espacement adéquat entre les lettres, les lignes et les paragraphes.

5. Le texte du marquage audio est prononcé clairement et distinctement, sur un ton formel. Le marquage audio ne peut s'accompagner d'un fond sonore.

6. Lorsqu'un lien vers une page internet, un code QR ou des mesures techniques faciles d'utilisation équivalentes sont utilisés pour indiquer l'endroit où l'avis de transparence peut être récupéré, ils renvoient directement à l'avis de transparence concerné.

7. Les codes QR présentent un fort contraste avec la couleur du fond du marquage et sont d'une taille facilement lisible par les lecteurs de codes QR courants, tels que ceux qui sont intégrés dans les dispositifs de communication portables.

2. **Exigences spécifiques concernant la télévision et la radio**

1. La présente section s'applique au marquage et aux avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique mises à disposition au moyen de services de médias audiovisuels au sens de l'article 1er, point 1, a), i), de la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil ([1]), ainsi qu'au moyen de services de radio linéaires ou non linéaires.

2. Le marquage visuel s'affiche pendant toute la durée de l'annonce publicitaire à caractère politique. Il peut également s'afficher en plein écran au début ou à la fin de ladite annonce si:

   a) le texte apparaît pendant au moins trois secondes; et

   b) la déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique, le nom du parraineur et le lien internet vers l'avis de transparence sont visibles de manière claire et non ambiguë et sont mis en évidence pendant toute la durée de l'annonce.

3. Le marquage peut se présenter sous la forme d'une combinaison de formats visuel et audio établis sur la base du modèle figurant au point 1 ou 2 de l'annexe II, respectivement, à condition que le point 2, b) soit respecté.

([1]) 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, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj).

4. Le marquage audio fait l'objet d'un avertissement au début ou à la fin de l'annonce publicitaire à caractère politique.

3. **Exigences spécifiques concernant les supports imprimés**

1. La présente section s'applique au marquage et aux avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique mises à disposition au moyen de supports imprimés.

2. De manière générale, le marquage est contenu dans un seul et même cadre d'impression.

3. Lorsqu'il figure sur le même support imprimé que l'annonce publicitaire à caractère politique, l'avis de transparence est également contenu dans un seul et même cadre d'impression.

4. Le marquage et l'avis de transparence présentent un fort contraste avec le fond.

4. **Exigences spécifiques concernant les supports numériques**

1. La présente section s'applique au marquage et aux avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique mises à disposition sous forme numérique, à l'exception des services de médias audiovisuels au sens de l'article 1er, point 1, a), i), de la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil, ainsi qu'au moyen de services de radio linéaires ou non linéaires.

2. Lorsque l'annonce publicitaire à caractère politique est mise à disposition sous la forme d'une vidéo, le marquage visuel s'affiche pendant toute la durée de l'annonce. Il peut également s'afficher en plein écran au début ou à la fin de l'annonce si:

a) le texte apparaît pendant au moins trois secondes, et

b) la déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique, le nom du parrainer et le lien internet vers l'avis de transparence sont visibles de manière claire et non ambiguë et sont mis en évidence pendant toute la durée de l'annonce.

3. Des éléments d'interface utilisateur qui facilitent la navigation et l'affichage d'informations en ligne peuvent être utilisés pour la présentation du marquage, à condition que le point 2, b) soit respecté sans qu'aucune action supplémentaire soit nécessaire.

4. Le texte du marquage visuel affiché ou présenté conformément au point 3 apparaît en caractères foncés sur fond clair.

5. Lorsque l'annonce publicitaire à caractère politique est mise à disposition dans un format audio, le marquage peut être au format audio s'il respecte les exigences suivantes:

a) il est audible sans qu'aucune action supplémentaire soit nécessaire;

b) il fait l'objet d'un avertissement au début ou à la fin de l'annonce publicitaire à caractère politique.

6. Le marquage peut se présenter sous la forme d'une combinaison de formats visuel et audio établis sur la base du modèle figurant au point 1 ou 2 de l'annexe II, respectivement, à condition que le point 2, b) soit respecté.

*ANNEXE II*

**Modèles de marquage et d'avis de transparence des annonces publicitaires à caractère politique**

1. **Modèle de marquage visuel** ([1])

**ANNONCE PUBLICITAIRE À CARACTÈRE POLITIQUE** ([2])

(faisant l'objet de techniques de **ciblage** et/ou de **diffusion d'annonces publicitaires** s'appuyant sur des DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL) ([3])

- • Le parraineur est [soit a) DÉNOMINATION COMMERCIALE de l'entité juridique, soit b) PRÉNOM ET NOM de la personne physique] ([4]).
- • (Le parraineur est contrôlé par [soit a) dénomination commerciale de l'entité juridique, soit b) prénom et nom de la personne physique] ([5]).
- • (L'annonce publicitaire est rattachée à [intitulé et date de l'élection] ou [intitulé de l'initiative législative ou réglementaire]) ([6]).

Pour de plus amples informations voir [**lien vers une page internet**] ([7]).

*Remarques*

1. L'utilisation d'un cadre noir rectangulaire pour entourer le contenu informatif du marquage est facultative. Les puces peuvent être remplacées par d'autres marqueurs de liste. Il est recommandé d'utiliser des caractères gras et/ou des majuscules, en particulier pour la déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique, pour les informations relatives à l'utilisation de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur des données à caractère personnel, pour le nom du parraineur et pour la référence au lien internet.

2. La déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique est obligatoire. Une formulation similaire peut être employée.

3. La communication d'informations sur l'utilisation de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur des données à caractère personnel est obligatoire le cas échéant. Une formulation similaire peut être employée.

4. La communication d'informations sur l'identité du parraineur est obligatoire. Une formulation similaire à «Le parraineur est» peut être employée pour indiquer la personne à la demande ou au nom de laquelle l'annonce publicitaire à caractère politique est publiée, distribuée ou diffusée. L'ordre dans lequel le prénom et le nom de la personne physique sont indiqués est libre. Les informations sur l'identité du parraineur peuvent s'accompagner du logo politique de ce dernier, tel qu'un logo de parti politique ou un symbole électoral.

5. La communication d'informations concernant l'identité de l'entité qui contrôle le parraineur est obligatoire lorsqu'une autre entité exerce une influence déterminante sur la composition, le vote ou les décisions des organes dudit parraineur.

6. La communication d'informations sur le lien entre l'annonce publicitaire à caractère politique et une élection ou une initiative législative ou réglementaire est obligatoire lorsqu'il existe un lien clair et substantiel avec l'élection ou l'initiative législative ou réglementaire. L'intitulé de l'élection peut être indiqué par référence à la catégorie d'autorités à élire (par exemple, «élections législatives») ou à un type particulier d'élection (par exemple, «référendum constitutionnel»). L'intitulé de l'initiative législative ou réglementaire peut être abrégé.

7. Lorsque l'avis de transparence ne fait pas partie du marquage, un lien renvoyant à la page internet correspondante doit être indiqué. Il est également possible d'utiliser des codes QR ou des mesures techniques faciles d'utilisation équivalentes pour renvoyer directement à l'avis de transparence Lorsqu'un marquage en ligne contient un lien vers une page internet, ce lien apparaît en caractères gras ou dans une couleur différente du reste du texte et est intitulé «Avis de transparence».

2. **Modèle pour le marquage audio**

Ceci est une annonce publicitaire à caractère politique ([1]) [faisant l'objet de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur des données à caractère personnel ([2])]. Le parraineur est [soit a) dénomination commerciale de l'entité juridique, soit b) prénom et nom de la personne physique] ([3]). (Le parraineur est contrôlé par [soit a) dénomination commerciale de l'entité juridique, soit b) prénom et nom de la personne physique]) ([4]). (L'annonce publicitaire est rattachée à [intitulé et date de l'élection] ou [intitulé de l'initiative]) ([5]). Pour de plus amples informations, voir [lien vers une page internet] ([6]).

*Remarques*

1. La déclaration indiquant qu'il s'agit d'une annonce publicitaire à caractère politique est obligatoire.

2. La communication d'informations sur l'utilisation de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur des données à caractère personnel est obligatoire le cas échéant. Une formulation similaire peut être employée.

3. La communication d'informations sur l'identité du parraineur est obligatoire. Une formulation similaire à «Le parraineur est» peut être employée pour indiquer la personne à la demande ou au nom de laquelle l'annonce publicitaire à caractère politique est publiée, distribuée ou diffusée. L'ordre dans lequel le prénom et le nom de la personne physique sont indiqués est libre.

4. La communication d'informations concernant l'identité de l'entité qui contrôle le parraineur est obligatoire lorsqu'une autre entité exerce une influence déterminante sur la composition, le vote ou les décisions des organes dudit parraineur.

5. La communication d'informations sur le lien entre l'annonce publicitaire à caractère politique et une élection ou une initiative législative ou réglementaire est obligatoire lorsqu'il existe un lien clair et substantiel avec l'élection ou l'initiative législative ou réglementaire. L'intitulé de l'élection peut être indiqué par référence à la catégorie d'autorités à élire (par exemple «élections législatives») ou à un type particulier d'élection (par exemple «référendum constitutionnel»). L'intitulé de l'initiative législative ou réglementaire peut être abrégé.

6. Le lien vers la page internet devrait être court.

3. **Modèle pour les avis de transparence**

**AVIS DE TRANSPARENCE**

1. **Parraineur:** [soit a) la DÉNOMINATION commerciale et, si elle est différente, la DÉNOMINATION sociale, l'adresse électronique, l'adresse postale et, s'il est différent, le lieu d'établissement, ainsi que, s'il y a lieu, le numéro d'enregistrement concerné de l'entité juridique ou de l'organisation non dotée de la personnalité juridique chargée de la campagne politique, soit b) le PRÉNOM et le NOM, l'adresse électronique et, lorsque cette information est publique, l'adresse postale de la personne physique] ([1]).

2. **Entité contrôlant le parraineur en dernier ressort:** [soit a) la DÉNOMINATION commerciale et, si elle est différente, la DÉNOMINATION sociale, l'adresse électronique, l'adresse postale et, s'il est différent, le lieu d'établissement de l'entité juridique, soit b) le PRÉNOM et le NOM, l'adresse électronique et, lorsque cette information est publique, l'adresse postale de la personne physique] ([2]).

3. **Entité qui paie l'annonce publicitaire à caractère politique:** [soit a) la DÉNOMINATION commerciale et, si elle est différente, la DÉNOMINATION sociale, l'adresse électronique, l'adresse postale et, s'il est différent, le lieu d'établissement de l'entité juridique, soit b) le PRÉNOM et le NOM, l'adresse électronique et, lorsque cette information est publique, l'adresse postale de la personne physique] ([3]).

4. **Période pendant laquelle il est prévu de publier, de distribuer ou de diffuser l'annonce publicitaire à caractère politique:** [de la date de début à la date de fin] ([4]).

5. **Montants cumulés et valeur cumulée des autres avantages perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique en contrepartie de l'annonce publicitaire à caractère politique:** [montant total et devise] ([5]).

6. **Montants cumulés et valeur cumulée des autres avantages perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique en contrepartie de la campagne publicitaire à caractère politique:** [montant total et devise] ([6]).

7. **Informations sur l'origine des montants et autres avantages perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique:** [publique et/ou privée et UE et/ou non UE] ([7]).

8. **Méthode utilisée pour calculer les montants cumulés et la valeur cumulée des autres avantages perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique en contrepartie de l'annonce publicitaire à caractère politique et, le cas échéant, pour la campagne publicitaire à caractère politique:** [comment les montants et les avantages en nature perçus par chaque prestataire de services concerné ont été déterminés et cumulés] ([8]).

9. **L'annonce publicitaire à caractère politique est rattachée à:** [intitulé, niveau et date de l'élection] ou [intitulé de l'initiative et niveau du processus législatif ou réglementaire] ([9]).

10. [Lien(s) internet vers les informations officielles sur les modalités de participation à l'élection ou au référendum lié(e) à l'annonce publicitaire à caractère politique] ([10]).

11. [Liens vers le répertoire européen des annonces publicitaires à caractère politique en ligne] ([11]).

12. **Signalement d'annonces publicitaires à caractère politique potentiellement non conformes:** [Informations relatives au mécanisme de signalement des annonces publicitaires à caractère politique potentiellement non conformes prévu à l'article 15, paragraphe 1, du règlement (UE) 2024/900] ([12]).

13. [Une publication ou une version antérieure de l'annonce publicitaire à caractère politique a été suspendue ou interrompue en raison d'une infraction au règlement (UE) 2024/900.] ([13]).

**UTILISATION DE TECHNIQUES DE CIBLAGE et/ou DE DISTRIBUTION D'ANNONCES PUBLICITAIRES**

**s'appuyant sur le traitement de données à caractère personnel**

14. **[L'annonce publicitaire à caractère politique a fait l'objet de techniques de ciblage et/ou de techniques de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur l'utilisation de données à caractère personnel]** ([14]).

15. **Informations sur les techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires utilisées** ([15]):

    a) Techniques d'analyse utilisées: [brève description].

    b) Groupe(s) spécifique(s) de destinataires ciblé(s), y compris les paramètres utilisés pour déterminer les personnes auxquelles l'annonce publicitaire à caractère politique est adressée: [liste].

    c) Catégories de données à caractère personnel utilisées pour les techniques de ciblage ou les techniques de diffusion d'annonces publicitaires; [liste].

    d) Objectifs, mécanismes et logique de ciblage, y compris les paramètres d'inclusion et d'exclusion, et les raisons du choix de ces paramètres: [brève description].

    e) Informations sur l'utilisation de systèmes d'intelligence artificielle dans le ciblage ou la diffusion de l'annonce publicitaire à caractère politique: [brève description].

    f) Période de diffusion de l'annonce publicitaire à caractère politique: [date de début et date de fin].

g) Nombre de vues généré par l'annonce publicitaire à caractère politique: [nombre total].

h) Nombre d'interactions avec l'annonce publicitaire à caractère politique, à savoir clics, mentions «J'aime» et commentaires: [nombre total].

i) Politique interne décrivant les modalités d'utilisation des techniques de ciblage et de diffusion d'annonces publicitaires: [lien ou URL].

j) Autres informations utiles: [brève description].

16. **Moyens effectifs dont disposent les personnes pour exercer leurs droits à la protection des données au titre du règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil** [1] **(règlement général sur la protection des données), notamment le droit de modifier leurs données à caractère personnel ou de retirer leur consentement au traitement de ces données à des fins de publicité à caractère politique** [16]:

a) l'identité et les coordonnées du ou des responsables du traitement: [soit a) la DÉNOMINATION commerciale et, si elle est différente, la DÉNOMINATION sociale, l'adresse électronique, l'adresse postale et, s'il est différent, le lieu d'établissement de l'entité juridique, soit b) le PRÉNOM et le NOM, l'adresse électronique et, lorsque cette information est publique, l'adresse postale de la personne physique.]

b) Référence au droit de retirer son consentement au traitement de données à caractère personnel à des fins de publicité à caractère politique: [lien internet vers l'interface du responsable du traitement offrant une possibilité simple et conviviale de retirer le consentement à des fins de publicité à caractère politique].

c) Lien vers l'interface permettant l'exercice des droits conférés par le règlement (UE) 2016/679: [lien internet].

d) Lien vers les informations fournies conformément au règlement (UE) 2016/679: [lien internet].

*Remarques*

1. Les informations relatives au lieu d'établissement et à l'adresse postale comprennent la rue, le numéro, la ville, le code postal et le pays. Le numéro d'enregistrement concerné correspond aux numéros d'enregistrement attribués au parraineur dans un contexte électoral ou décisionnel, par exemple à un parti politique enregistré pour participer aux élections ou à une entité enregistrée en tant que représentant d'intérêts ou prestataire exerçant des activités de représentation d'intérêts.

2. Informations à communiquer uniquement lorsqu'une autre entité exerce une influence déterminante sur la composition, le vote ou les décisions des organes du parraineur.

3. Information à communiquer uniquement si la personne physique ou morale qui fournit une rémunération en échange de l'annonce publicitaire à caractère politique est différente du parraineur ou de l'entité qui le contrôle en dernier ressort.

4. La date de début et la date de fin sont exprimées en jours civils

5. Le montant total comprend les montants facturés, budgétisés ou demandés par les prestataires de services de publicité à caractère politique, notamment l'éditeur, en échange des services de publicité à caractère politique qu'ils ont fournis pour l'annonce publicitaire à caractère politique concernée. S'il y a lieu, ce montant comprend également la valeur monétaire de tous les avantages en nature perçus et/ou devant être perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique, notamment l'éditeur, en échange des services de publicité à caractère politique qu'ils ont fournis pour l'annonce publicitaire à caractère politique concernée.

[1] 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, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

6. Informations à communiquer le cas échéant. Le montant total comprend tous les montants facturés, budgétisés ou demandés par les prestataires de services de publicité à caractère politique, notamment l'éditeur, pour la série d'annonces publicitaires à caractère politique liées dont fait partie l'annonce concernée. S'il y a lieu, ce montant comprend également la valeur monétaire de tous les avantages en nature perçus et/ou devant être perçus par les prestataires de services de publicité à caractère politique, notamment l'éditeur, pour la campagne publicitaire à caractère politique dans laquelle s'inscrit l'annonce concernée.

7. Informations à communiquer s'il y a lieu.

8. Informations précisant si le montant total indiqué au point 5 et, si applicable, au point 6 correspond aux montants facturés, budgétisés et/ou demandés et comprend ou non la taxe sur la valeur ajoutée. En cas d'avantages en nature, la ou les méthodes d'évaluation utilisées doivent être indiquées. Dans ce dernier cas, les informations communiquées peuvent comprendre un ou plusieurs liens internet vers les normes existantes

9. Informations à communiquer uniquement lorsqu'il existe un lien clair et substantiel avec une élection ou une initiative législative ou réglementaire. L'intitulé de l'élection peut être indiqué par référence à la catégorie d'autorités élues (par exemple «élections législatives») ou à un type particulier d'élection (par exemple «référendum constitutionnel»). L'intitulé de l'initiative législative ou réglementaire peut être abrégé. Le niveau est indiqué, s'il y a lieu, par référence au niveau de l'Union, national, régional ou local, y compris en mentionnant le ou les États membres et/ou territoires concernés.

10. Si l'avis de transparence est fourni en ligne, le ou les liens internet sont intitulés «Informations officielles sur les modalités de participation à l'élection liée à l'annonce publicitaire à caractère politique».

11. Informations à communiquer pour les avis de transparence accompagnant les annonces publicitaires à caractère politique en ligne publiées, distribuées ou diffusées à partir de la date de mise en place du répertoire européen des annonces publicitaires à caractère politique en ligne. Si l'avis de transparence est fourni en ligne, le lien internet est intitulé «Lien vers le répertoire européen des annonces publicitaires à caractère politique en ligne».

12. Les informations relatives au mécanisme de signalement des annonces publicitaires à caractère politique potentiellement non conformes peuvent également être communiquées sous la forme d'un lien vers une page internet. Si l'avis de transparence est fourni en ligne, le lien internet est intitulé «Signaler des annonces publicitaires à caractère politique potentiellement non conformes».

13. Informations à communiquer si pertinent et applicable.

14. Informations à communiquer uniquement dans le cas d'annonces publicitaires à caractère politique en ligne faisant l'objet de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur le traitement de données à caractère personnel.

15. Informations à communiquer uniquement dans le cas d'annonces publicitaires à caractère politique en ligne faisant l'objet de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur des données à caractère personnel. La portée de l'annonce publicitaire à caractère politique, exprimée en nombre de vues, de clics, de mentions «J'aime» et de commentaires, est indiquée lorsque cela est techniquement possible.

16. Informations à communiquer uniquement dans le cas d'annonces publicitaires à caractère politique en ligne faisant l'objet de techniques de ciblage et/ou de diffusion d'annonces publicitaires s'appuyant sur le traitement de données à caractère personnel. S'il y a lieu, les références au règlement (UE) 2016/679 sont remplacées par des références au règlement (UE) 2018/1725.

*ANNEXE III*

**Spécifications techniques pour les avis de transparence**

1. Lorsque l'avis de transparence n'est pas inclus dans le marquage ou est fourni conformément au point 3.3 de l'annexe I, il est mis à disposition en ligne.

2. L'avis de transparence est mis à disposition dans un format lisible par machine, s'il y a lieu, conformément à l'article 12, paragraphe 3, deuxième alinéa du règlement (UE) 2024/900. Un avis de transparence est lisible par machine s'il est fourni dans un format que les applications logicielles peuvent traiter automatiquement, sans intervention humaine, tels que JSON ou XML.

3. S'il y a lieu, l'avis de transparence satisfait aux exigences applicables en matière d'accessibilité énoncées à l'annexe I de la directive (UE) 2019/882.

4. Lorsque cela est techniquement possible, les polices utilisées dans l'avis de transparence sont de type sans-serif et d'une taille minimale de 12 points. L'interligne au sein des paragraphes est au moins d'un espace et demi, et l'espacement des paragraphes est au moins 1,5 fois supérieur à l'interligne.

5. Lorsque cela est techniquement possible, le rapport de contraste entre les éléments et le fond de l'avis de transparence est d'au moins 4,5:1.

6. Lorsque cela est techniquement possible, les avis de transparence sont de conception flexible, de manière à pouvoir s'adapter automatiquement aux différentes tailles d'écran et aux interfaces utilisées.

7. Lorsque cela est techniquement possible, les avis de transparence sont fournis dans un format pouvant être redimensionné jusqu'à 200 % sans technologie d'assistance, de sorte que l'utilisateur n'ait pas à faire défiler l'écran horizontalement pour lire une ligne de texte sur une fenêtre en mode plein écran.

8. Des effets ou des animations peuvent être utilisés pour rendre l'avis de transparence plus convivial.

9. Les points 4 à 7 ne s'appliquent pas aux micro-, petites et moyennes entreprises au sens de l'article 3, paragraphes 1, 2 et 3, de la directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil ([1]).

([1]) Directive 2013/34/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 juin 2013 relative aux états financiers annuels, aux états financiers consolidés et aux rapports y afférents de certaines formes d'entreprises, modifiant la directive 2006/43/CE du Parlement européen et du Conseil et abrogeant les directives 78/660/CEE et 83/349/CEE du Conseil (JO L 182 du 29.6.2013, p. 19, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj).