

ACT : réponse à l'étude d'impact initiale de la Commission européenne sur la publicité politique

Les radiodiffuseurs commerciaux jouent un rôle majeur dans l'information du public, en offrant des opinions et des contenus variés. En tant que tels, ils sont soumis à de lourdes exigences réglementaires aux niveaux national et européen, en particulier en ce qui concerne la publicité politique.

(...) La publicité politique est à peine réglementée dans l'environnement en ligne. Pourtant, le contenu politique sponsorisé, y compris les annonces basées sur des questions, est endémique en ligne avec très peu de surveillance, de transparence et de responsabilisation. Cette asymétrie réglementaire n'est pas seulement préjudiciable au processus démocratique, mais crée également un déséquilibre systémique entre les services de médias en ligne et traditionnels, qui doit être abordé.

(...) Par conséquent, les principaux objectifs de l'initiative devraient être de :

- Établir des règles de base sur le type de publicité politique et basée sur les questions et n'est pas autorisée en ligne, y compris les moyens acceptables (par exemple amplification, micro-ciblage), en vue de créer un environnement réglementaire cohérent entre le monde en ligne et hors ligne
- Établir des règles de transparence strictes
- Créer un système de responsabilisation, de conformité et de surveillance, en vue de réduire le potentiel de désinformation et de désinformation, ainsi que les techniques manipulatoires et autres abus de la publicité politique.

Plus d'informations disponibles ici.