

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Les données

Gobert, Alix; Rappe, Martin

Published in:

Revue du Droit des Technologies de l'information

Publication date:

2024

Document Version

le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Gobert, A & Rappe, M 2024, 'Les données: proposition de règlement du parlement européen et du Conseil relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique', *Revue du Droit des Technologies de l'information*, numéro 92-93, pp. 57-58.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

tenu de mettre des données à disposition d'un utilisateur ou d'un destinataire de données. Même l'identification, d'apparence élémentaire, du caractère « personnel » ou « non personnel » d'une donnée n'est pas si évidente à effectuer³²⁰. Cette distinction, qui conditionne l'application du RGPD, a pourtant des conséquences importantes aux fins de l'application du *Data Act*. À titre d'exemple, le détenteur de données qui ne souhaiterait pas partager des données avec un tiers pourrait faire en sorte que les négociations portant sur les termes du partage des données n'aboutissent pas et prétexter que les données sur lesquelles portent la demande de portabilité de l'utilisateur ne sont pas des données à caractère personnel, ce qui lui permettrait d'échapper à son obligation de mettre à disposition du tiers les données demandées.

En conclusion, de nombreuses zones d'ombre quant à l'application du *Data Act* peuvent à ce stade être identifiées. Elles devraient toutefois s'éclaircir au fil de la mise en application du texte et des précisions qui seront, le cas échéant, apportées par la Cour de justice.

C. Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique³²¹

Alix GOBERT³²² et Martin RAPPE³²³

116. Contextualisation. Cette proposition de règlement s'inscrit dans le cadre du paquet législatif sur « le renforcement de la démocratie et l'intégrité des élections européennes »³²⁴. La publicité en ligne étant en outre une activité de service, la proposition vient compléter le règlement sur les services numériques pour ce qui concerne le secteur spécifique de la publicité à caractère politique³²⁵.

117. Objet de la proposition. La proposition s'articule autour de deux objectifs principaux³²⁶. Premièrement, elle tend à définir des règles harmonisées au niveau européen pour un niveau élevé de transparence de la publicité à caractère politique et des services connexes³²⁷. Elle entend notamment atteindre cet objectif à travers l'imposition d'une obligation, pour les parraineurs, de déclarer l'éventuelle nature politique de la publicité qu'ils souhaitent confier à un service de

³²⁰ Voy. à cet égard : C.J., arrêt *Gesamtverband Autoteile-Handel eV c. Scania CV AB*, 9 novembre 2023, C-319/22, EU:C:2023:837, pts 45-46 ; C.J., arrêt *Patrick Breyer c. Bundesrepublik Deutschland*, 19 octobre 2016, C-582/14, EU:C:2016:779, pts 42-46 ; T.U.E., arrêt *Conseil de résolution unique (CRU) c. Contrôleur européen de la protection des données (CEPD)*, 26 avril 2023, T-557/20, EU:T:2023:219, pt 93 ; A. GOBERT, M. KNOCKAERT, M. RAPPE et J.-M. VAN GYSEGHEM, « La donnée à caractère personnel et sa réutilisation », *J.T.*, 2024, n° 8, pp. 124-127.

³²¹ Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2021 relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, COM(2021) 731 final (ci-après : « Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique »). Dans l'intervalle de la rédaction de cette chronique, cette proposition a été adoptée par le Parlement européen le 13 mars 2024.

³²² Alix Gobert est chercheuse au CRIDS/NaDI.

³²³ Martin Rappe est chercheur au CRIDS/NaDI et consultant en protection des données et en sécurité de l'information (www.keystone-solutions.be).

³²⁴ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions relative au plan d'action pour la démocratie européenne, Bruxelles, le 3 décembre 2020.

³²⁵ 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 (règlement sur les services numériques). Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, Exposé des motifs, p. 4.

³²⁶ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 1.1.

³²⁷ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, chap. II.

publicité³²⁸. Elle poursuit aussi cet objectif en rendant obligatoire l'apposition d'une mention faisant référence au caractère politique de la publicité sur l'annonce concernée³²⁹. Deuxièmement, la proposition a également pour objectif la protection des personnes physiques en matière de traitement des données à caractère personnel les concernant³³⁰. À cette fin, la proposition pose le principe selon lequel le traitement de catégories particulières de données à caractère personnel à des fins de ciblage ou d'annonce publicitaire à caractère politique est interdit³³¹, sauf si le responsable du traitement peut faire valoir une exemption spécifique, notamment en cas d'obtention du consentement de la personne concernée³³². En outre, la proposition entend imposer des obligations complémentaires et spécifiques au traitement de données à caractère personnel à des fins de ciblage publicitaire en imposant notamment aux responsables du traitement de mettre en place une politique interne, de tenir des registres dont le contenu est spécifique à cette activité et d'étendre l'obligation de transparence vis-à-vis des personnes concernées en ajoutant une obligation d'information sur la logique et les aspects techniques du ciblage utilisé³³³.

Notons, finalement, que la proposition de règlement prévoit une définition de ce qu'il convient d'entendre par « publicité à caractère politique », afin de garantir un encadrement harmonisé et transfrontière au sein de l'Union européenne³³⁴.

D. Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil concernant le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques et abrogeant la directive 2002/58/CE (règlement « vie privée et communications électroniques »)

Antoine DELFORGE³³⁵

118. Introduction et contexte. En vue de remplacer la directive 2002/58/CE « vie privée et communications électroniques »³³⁶ visant à protéger spécifiquement la vie privée des utilisateurs dans le secteur des communications électroniques, la Commission a adopté une proposition de règlement (portant le même nom)³³⁷ en 2017. Celle-ci tendait à mettre à jour la directive compte tenu notamment de l'adoption du RGPD. Près de six ans plus tard, ce futur règlement n'a toujours

³²⁸ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 5.

³²⁹ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 7.1, (a).

³³⁰ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, chap. III.

³³¹ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 12.1.

³³² Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 12.2.

³³³ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 12.3. Concernant ce point, notons que l'exposé des motifs de la proposition indique qu'elle vise à compléter et à développer les dispositions applicables au traitement des données à caractère personnel dans le contexte de la publicité à caractère politique, contenues dans le règlement (UE) 2016/679 et le règlement (UE) 2018/675 (Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, Exposé des motifs, p. 5).

³³⁴ Proposition relative à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique, art. 2.2.

³³⁵ Assistant-doctorant à la Faculté de droit de l'UNamur et chercheur au CRIDS/NaDI.

³³⁶ Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive vie privée et communications électroniques), *J.O.*, L 201, 31 juillet 2002. On parle également de « directive ePrivacy ».

³³⁷ Proposition du 10 janvier 2017 de règlement du Parlement européen et du Conseil concernant le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques et abrogeant la directive 2002/58/CE (règlement « vie privée et communications électroniques »).