

VENDREDI 3 OCTOBRE 2025

HACK THE DSA

Publicités politiques



chaire
sur la modération
des contenus



Problème de base

Google cesse d'héberger de la publicité politique

> **RÈGLEMENT (UE) 2024/900 relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique** du 13 mars 2024

> **GOOGLE annonce la fin des publicités politiques (14/11/2024)**

<https://blog.google/around-the-globe/google-europe/political-advertising-in-eu/>

“The European Union’s upcoming Regulation on Transparency and Targeting of Political Advertising (TTPA) unfortunately introduces significant new operational challenges and legal uncertainties for political advertisers and platforms. [...]”

As a result, Google will stop serving political advertising in the EU before the TTPA enters into force in October 2025. Additionally, paid political promotions, where they qualify as political ads under the TTPA, will no longer be permitted on YouTube in the EU.”

> **GOOGLE efface également les archives de publicité politique, rendant inaccessibles 7 ans d'archives (01/10/2025)**

Political Advertising on Google

Select a supported region

	Argentina
	Australia
	Brazil
	Chile
	India
	Israel
	Mexico
	New Zealand
	South Africa
	Taiwan
	United Kingdom
	United States

Constats et observations

Des publicités politiques sont toujours disponibles sur YouTube /

Google des élections législatives néerlandaises prévues le 29 octobre 2025

> **Ces publicités ne sont pas étiquetées comme politiques** : exemples de libellés ajoutés par Google / YouTube : **Finance, Justice et administrations, Famille et communauté**

> **Elles sont politiques au sens du règlement 2024/900** : Article 3.2

“publicité à caractère politique” : l’élaboration, le placement, la promotion, la publication, la distribution ou la diffusion, par tout moyen, d’un message, normalement contre rémunération ou au travers d’activités internes ou dans le cadre d’une campagne de publicité à caractère politique :

- a) **par, pour ou pour le compte d'un acteur politique**, sauf s'il s'agit d'un message à caractère purement privé ou commercial, ou
- b) **susceptible et conçu dans le but d'influencer le résultat d'une élection** ou d'un référendum, un comportement de vote ou un processus législatif ou réglementaire, au niveau de l'Union, national, régional ou local;

> **Ces publicités doivent être conservées** : Article 9.3

“Ces informations sont conservées dans un format lisible par machine pendant une période de sept ans”



GroenLinks
Valide Coalition
gauche + verts



GroenLinks
Valide Coalition
gauche + verts



VVD
Centre droit



VVD
Centre droit

Constats et observations

Meta a également interdit les publicités politiques en Europe

<https://about.fb.com/news/2025/07/ending-political-electoral-and-social-issue-advertising-in-the-eu/>

“Beginning in October, Meta – like other platforms – will no longer allow political, electoral and social issue ads on our platforms in the EU, given the unworkable requirements and legal uncertainties introduced by the EU’s Transparency and Targeting of Political Advertising (TTPA) regulation.

The TTPA will restrict how advertisers can reach their audiences and means people will also see less relevant content.

Meta remains committed to enabling political speech and fair elections. This won’t prevent people or candidates in the EU from posting about and debating politics on our platforms.” ([Meta](#))



Recommandations

> **POUR LA SOCIÉTÉ CIVILE**

- Archiver tant que cela est encore possible les contenus politiques sur les plateformes de META
- Signaler les contenus jugés politiques et ceux mal labellisés.

> **POUR LES PLATEFORMES**

- Se conformer à la régulation mise en place par l'UE : ne pas diffuser de publicités politiques sans les signaler comme telles ; permettre aux utilisateurs de signaler des contenus politiques.
- Si les plateformes décident d'interdire les publicités politiques, mettre en œuvre une réelle modération des contenus et la maintenance du registre de modération sous la forme d'un statement of reasons.

> **POUR LES RÉGULATEURS** établir des critères clairs et normalisés imposant aux plateformes l'obligation de justifier l'étiquetage des contenus publicitaires, qu'ils soient politiques ou non. Ces critères devraient s'accompagner de mécanismes d'observabilité accessibles sous forme de base de données lisibles automatiquement, et non pas seulement de rapports.