

# RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère de l'économie, de l'industrie et  
du numérique

**Décret n°            du**  
**portant application des dispositions de la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la**  
**croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques relatives aux obligations de**  
**compte rendu des acteurs de la publicité digitale**

NOR : EINI 1600668D

***Publics concernés :** entreprises de la filière publicitaire.*

***Objet :** dispositions d'application de l'article 131 de la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques relatives aux obligations de compte rendu des acteurs de la publicité digitale.*

***Entrée en vigueur :** le texte entre en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2016.*

***Notice :** Ce décret permet de préciser l'article 23 de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, pour les nouvelles pratiques des entreprises de la publicité digitale, qui orientent notamment les messages vers des destinataires ciblés en temps réel, dans le cadre d'enchères.*

*Ce décret précise les modalités de compte rendu à l'annonceur.*

***Références :** le présent décret peut être consulté sur le site Légifrance (<http://www.legifrance.gouv.fr>).*

## **Le Premier ministre,**

Sur le rapport du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique,

Vu la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, notamment son article 23 ;

Vu la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, notamment son article 131,

Le Conseil d'Etat (section des travaux publics) entendu,

## Décrète :

### Article 1<sup>er</sup>

Le présent décret s'applique aux prestations de publicité digitale sur tous supports connectés, en particulier, ordinateur, tablette, téléphone mobile, télévision et panneau numérique.

### Article 2

Pour les prestations de publicité digitale, à l'exception des prestations définies à l'article 3 du présent décret, un compte rendu précisant le coût cumulé ainsi que le coût unitaire réel des espaces publicitaires facturés pour chacun des sites ou ensemble des sites Internet qui peuvent être organisés et regroupés en fonction de leur nature ou de leurs contenus éditoriaux est mis à disposition de l'annonceur.

### Article 3

Pour les prestations de publicité digitale qui s'appuient sur des méthodes d'achat en temps réel, sur des espaces publicitaires non garantis, y compris par mécanismes d'enchères, pour lesquelles les critères déterminants sont le profil de l'internaute et l'optimisation de la performance du message, un compte-rendu est rendu accessible à l'annonceur, notamment par un accès en ligne, comportant au moins les informations suivantes :

#### **1° Des informations permettant de s'assurer de l'exécution effective des prestations et de leurs caractéristiques :**

- a) L'univers de diffusion publicitaire, entendu comme les sites ou l'ensemble de sites Internet qui peuvent être organisés et regroupés en fonction de leur nature ou de leurs contenus éditoriaux ou toute autre nomenclature souhaitée par l'annonceur ;
- b) Les messages publicitaires utilisés ;
- c) Les formats publicitaires utilisés ;
- d) Le résultat quantitatif, relatif à l'objet des prestations, en fonction de l'indicateur de performance retenu : nombre d'affichages publicitaires réalisés (par exemple « impressions », « pages vues »), le nombre d'interactions intervenues entre l'internaute et les affichages publicitaires (par exemple « clics », « actions ») ou toute autre unité de mesure justifiant l'exécution des prestations ;
- e) Le montant global facturé pour la campagne et tout autre élément, convenu avec l'annonceur, relatif au coût des espaces.

#### **2° Des informations permettant de s'assurer de la qualité technique des prestations :**

- a) Les outils technologiques, les compétences techniques ainsi que les prestataires techniques engagés dans la réalisation des prestations ;
- b) L'identification des acteurs de conseil, distincts des prestataires techniques, impliqués dans la réalisation des prestations ;

c) Les résultats obtenus par rapport aux objectifs qualitatifs définis par l'annonceur ou son mandataire avant le lancement de la campagne (ciblage, optimisation, efficacité). L'annonceur pourra avoir accès aux outils de compte-rendu mis à la disposition du mandataire.

### **3° Des informations sur les moyens mis en œuvre pour protéger l'image de la marque de l'annonceur :**

a) Les mesures mises en œuvre pour éviter la diffusion de messages publicitaires sur des supports illicites ou dans des univers de diffusion signalés par l'annonceur comme étant préjudiciables à l'image de sa marque et à sa réputation. Au cas où l'annonceur passe par l'intermédiaire d'un mandataire, celui-ci devra répercuter, les précisions relatives aux supports publicitaires et univers de diffusion que l'annonceur souhaite autoriser ou exclure, telles que définies dans le cadre du contrat écrit de mandat.

b) Les standards quand ils existent et outils de contrôle utilisés afin de s'assurer que les messages publicitaires ne sont pas diffusés sur les supports ou dans les univers de diffusion visés au a) ci-dessus.

### **4° Le respect des engagements souscrits dans le cadre de chartes de bonnes pratiques applicables au secteur de la publicité digitale.**

#### Article 4

Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique et la ministre de la culture et de la communication sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait le [ ].

Par le Premier ministre :

Le ministre de l'économie  
de l'industrie et du numérique,

Emmanuel MACRON

La ministre de la culture  
et de la communication,

Fleur PELLERIN