



Les inquiétudes du secteur des médias face aux nouvelles dispositions du Digital Omnibus

5 juin 2026

En amont de la réunion du COREPER, les associations signataires représentant le secteur des médias souhaitent exprimer leurs vives préoccupations concernant le texte de compromis du Digital Omnibus. Le rythme accéléré des discussions ne permet pas, selon elles, d'évaluer correctement des dispositions particulièrement techniques. Dans ces conditions, le texte actuel ne constitue pas une base satisfaisante pour parvenir à une approche générale.

Les inquiétudes portent en particulier sur les articles 88a et 88b du RGPD, correspondant respectivement à l'article 5, paragraphe 3, de la directive ePrivacy et à l'article 8a du RGPD dans le projet du Conseil du 21 mai 2026. En l'état, ces dispositions ne répondent pas à l'objectif affiché de simplification. Alors que l'Union européenne cherche à renforcer sa compétitivité et son économie numérique, l'approche proposée risque au contraire de complexifier davantage le traitement des données en Europe.

Le compromis entraînerait des conséquences importantes pour les modèles économiques de la presse et des médias. Aujourd'hui, une grande partie des accès aux données et des finalités nécessaires au fonctionnement des offres médias repose sur le consentement des utilisateurs. Ce consentement permet de financer des services attractifs et viables, de soutenir la diversité des contenus et de l'information, mais aussi d'encourager l'innovation et le développement de nouveaux produits dans un environnement très concurrentiel.

Tant que cette dépendance au consentement n'est pas réévaluée en profondeur, les médias doivent pouvoir continuer à solliciter directement le consentement de leurs

utilisateurs. Ils doivent également pouvoir déterminer la fréquence et le contenu de ces demandes, ce qui constitue à la fois une nécessité juridique et opérationnelle.

Les restrictions prévues à l'article 5, paragraphe 3, sont jugées disproportionnées et difficiles à mettre en œuvre. Elles limiteraient fortement la capacité des organisations de médias à recueillir efficacement le consentement des utilisateurs. Cela fragiliserait leurs revenus numériques, leur capacité à innover et leurs investissements dans des contenus de qualité et une information fiable, tout en renforçant la position des grandes plateformes.

La dérogation prévue pour la mesure d'audience à l'article 5, paragraphe 3, point c, apparaît également trop restrictive. Elle ne tient pas suffisamment compte des systèmes existants de mesure d'audience, des pratiques du secteur ni des méthodologies déjà en place.

En particulier, la rédaction actuelle exclut la mesure réalisée par des tiers habilités et indépendants, comme les Joint Industry Committees. Ces acteurs jouent pourtant un rôle essentiel pour garantir la transparence, la comparabilité et la crédibilité des données d'audience sur l'ensemble du marché. La formulation proposée n'est pas non plus alignée avec les définitions du règlement européen sur la liberté des médias ni avec les dispositions du règlement sur les marchés numériques.

Les préoccupations concernant l'article 8a sont tout aussi importantes. Cette disposition empêcherait, dans les faits, les services numériques de demander directement le consentement à leurs utilisateurs, en imposant des mécanismes centralisés obligatoires de gestion du consentement.

Une telle évolution réduirait le contrôle réel des utilisateurs. En effet, elle limiterait la possibilité d'un consentement suffisamment granulaire, alors même que le RGPD exige que celui-ci soit « spécifique ». Elle créerait également une nouvelle couche d'intermédiaires entre les entreprises et les utilisateurs, compliquant l'obtention du consentement requis par le droit européen pour faire fonctionner et financer les services numériques.

L'exemption prévue pour les médias ne suffit pas à préserver la viabilité du secteur, car son champ d'application reste trop limité. Il convient par ailleurs de rappeler que le Conseil avait déjà rejeté l'introduction d'une gestion centralisée du consentement lors des négociations sur le règlement ePrivacy.

Au regard de cette position, et de la question posée par la Présidence sur l'opportunité de traiter ce mécanisme en dehors des négociations actuelles sur le Digital Omnibus, les signataires appellent le COREPER à rejeter le compromis. Ils demandent la poursuite des discussions au niveau technique, avec des orientations claires et le temps nécessaire pour analyser les implications juridiques et techniques du texte.

Ils appellent également à la réalisation d'une véritable analyse d'impact, afin d'éviter les effets non anticipés du texte. L'objectif doit être de trouver une solution réellement efficace, conforme à l'ambition de simplification de la proposition, tout en garantissant la pérennité des médias dans l'intérêt de l'ensemble des citoyens.

Enfin, les colégislateurs devraient inviter la Commission européenne à conduire une évaluation globale de l'acquis en matière de protection des données. Cette évaluation permettrait d'identifier des solutions équilibrées et opérationnelles pour l'ensemble des parties prenantes.

Plutôt que de maintenir des exigences strictes en matière de consentement tout en empêchant les entreprises de solliciter ce consentement efficacement, l'Union européenne devrait chercher à répondre à des enjeux comme la lassitude liée au consentement. Cette approche devrait préserver à la fois le choix des utilisateurs et la viabilité des modèles économiques numériques européens.

Signataires:

ACT - Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe

AER - Association of European Radios

AMC - Audience Measurement Coalition

EBU - European Broadcasting Union

EGTA – the International Trade Body of Multiplatform TV and Audio Businesses

EMMA - European Magazine Media Association

ENPA - European Newspaper Publishers Association

EPC - European Publishers Council

NME - News Media Europe