



Communiqué de presse

à Paris, le 15 décembre 2010

Publicité intrusive : Le Parlement européen vote à une majorité écrasante pour protéger les citoyens

"Les plus vulnérables de nos concitoyens, les enfants en particulier, n'ont pas les moyens de se prémunir des méfaits de la publicité intrusive. C'est donc au législateur de les protéger, en adaptant les textes existants aux pratiques apparues avec les nouvelles technologies. Par son vote à une majorité écrasante, le Parlement européen envoie un signal fort à la Commission européenne pour qu'elle prenne des initiatives en ce sens", a déclaré Philippe Juvin (UMP, PPE, F), suite à l'adoption par le Parlement européen réuni en séance plénière, de son rapport sur l'"effet de la publicité sur le comportement des consommateurs".

"De nouvelles formes de publicité ont vu le jour avec le développement des nouvelles technologies. La lecture du contenu des courriels, la publicité "cachée" sur l'Internet, via la diffusion de commentaires sur des réseaux sociaux ou des forums, mais aussi la banalisation de la publicité comportementale et du ciblage publicitaire posent des problèmes majeurs pour la protection des consommateurs", a indiqué le Rapporteur du texte.

"Par le vote d'aujourd'hui, le Parlement demande l'interdiction de certaines pratiques particulièrement intrusives, comme la lecture par un tiers à des fins publicitaires du contenu des courriels privés" a souligné Philippe Juvin.

"Il est fondamental de trouver un équilibre entre une industrie de la publicité puissante en Europe, utile au bon fonctionnement du marché intérieur, et la protection des consommateurs" a déclaré Philippe Juvin en conclusion.

Contact presse :

Anissa Djaadi-Mezhoud 06 28 84 83 53 presse@philippejuvin.eu
Chargée de la communication et des relations presse
auprès de Philippe Juvin, *Député européen*