

Fin des publicités portant sur un enjeu social sur les plates-formes de Meta



© 2025 Les Echos Publishing

Depuis le 6 octobre 2025, Meta n'autorise plus la diffusion, dans l'Union européenne, de publicités (textes, photos, vidéos...) portant sur un enjeu social, électoral ou politique sur ses plates-formes Facebook et Instagram. Une mesure qui, selon Meta, est justifiée par le [règlement 2024/900](#) du 13 mars 2024 de l'Union européenne sur la transparence et le ciblage de la publicité à caractère politique (TTPA) qui entre en vigueur le 10 octobre 2025.

En pratique, les campagnes via le Gestionnaire de publicités ou toute autre interface et les publications boostées (publicités créées à partir de publications existantes sur une Page ou un compte) ne sont plus autorisées.

Exception : Meta a précisé que les organisations caritatives et les « campagnes de crowdfunding et de collecte de dons » ne sont pas concernées par cette interdiction.

Des publicités portant sur un enjeu social

Cette nouvelle règle ne manquera pas d'avoir un impact sur les publicités diffusées par les associations et fondations,

puisque Meta définit les enjeux sociaux de façon assez large. En effet, il s'agit des « sujets sensibles qui font l'objet de débats houleux, qui peuvent influencer le résultat d'une élection ou qui peuvent avoir une incidence sur/être liés à une législation existante ou proposée ».

Ainsi, selon un [guide](#) (en anglais) récemment publié par Meta, constituent des enjeux sociaux les sujets liés notamment aux droits civiques et sociaux (droits des femmes et des LGBTQ+, liberté de religion...), à l'environnement (changement climatique, énergies renouvelables...), à la santé (sécurité sociale, notamment), à l'immigration ou encore à l'économie. Dans ce même [guide](#), Meta donne des exemples de publicités qui sont interdites et de contenus, essentiellement informatifs, qui sont autorisés. Par exemple, « It's time for us all to stand up and demand equal rights for women » (« Il est temps pour nous tous de nous lever et d'exiger l'égalité des droits pour les femmes ») sera interdit, mais « Civil rights exhibition opens on Monday » (« l'exposition sur les droits civiques ouvre lundi ») sera autorisé.

À noter : dans un [communiqué](#) publié le 2 octobre, l'European Fundraising Association a appelé Meta à revoir son interprétation du règlement européen, estimant que sa décision d'interdire les publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique est une interprétation trop extensive de ce texte.