



EUROPESE UNIE

HET EUROPEES PARLEMENT

DE RAAD

**Brussel, 29 februari 2024
(OR. en)**

2021/0381 (COD)

PE-CONS 90/23

**AG 185
MI 1159
DATAPROTECT 388
DISINFO 112
FREMP 388
AUDIO 134
CONSOM 507
TELECOM 406
CODEC 2570**

WETGEVINGSBESLUITEN EN ANDERE INSTRUMENTEN

Betreft: **VERORDENING VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD
betreffende transparantie en gerichte politieke reclame**

VERORDENING (EU) 2024/...
VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD

van ...

betreffende transparantie en gerichte politieke reclame

(voor de EER relevante tekst)

HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD VAN DE EUROPESE UNIE,

Gezien het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, en met name de artikelen 16 en 114,

Gezien het voorstel van de Europese Commissie,

Na toezending van het ontwerp van wetgevingshandeling aan de nationale parlementen,

Gezien het advies van het Europees Economisch en Sociaal Comité¹,

Gezien het advies van het Comité van de Regio's²,

Handelend volgens de gewone wetgevingsprocedure³,

¹ PB C 275 van 18.7.2022, blz. 66.

² PB C 301 van 5.8.2022, blz. 102.

³ Standpunt van het Europees Parlement van 27 februari 2024 (nog niet bekendgemaakt in de Raad) en besluit van de Raad van

Overwegende hetgeen volgt:

- (1) Zowel het aanbod van als de vraag naar politieke reclame neemt toe en is steeds vaker grensoverschrijdend van aard. Met deze activiteit houdt een groot en toenemend aantal uiteenlopende diensten verband, die onder meer worden verleend door politieke adviesbureaus, reclamebureaus, platforms voor reclametechnologie, pr-bedrijven, influencers, data-analysebureaus en tussenpersonen. Politieke reclame kan vele vormen aannemen, zoals betaalde inhoud, gesponsorde zoekresultaten, betaalde gerichte boodschappen, meer prominente plaatsing in een ranglijst, promotie van een goed of een persoon in de inhoud is geïntegreerd, zoals productplaatsing, inzet van influencers en andere vormen van aanbeveling. Verwante activiteiten zijn bijvoorbeeld de verspreiding van politieke reclame op verzoek van een opdrachtgever of de publicatie van inhoud tegen betaling of andere vormen van vergoeding, waaronder voordelen in natura.
- (2) Politieke reclame kan via verschillende kanalen en media grensoverschrijdend worden verspreid of gepubliceerd, zowel online als offline. Zij neemt snel toe en kan worden verspreid of gepubliceerd via traditionele offlinemediën, zoals kranten, televisie en radio, maar in toenemende mate ook via onlineplatforms, websites, mobiele toepassingen, computerspellen en andere digitale interfaces. Deze laatste worden niet alleen met grote waarschijnlijkheid aangeboden op grensoverschrijdende wijze, maar brengen ook nieuwe en lastige uitdagingen op het gebied van regelgeving en handhaving met zich mee. Het gebruik van politieke onlinereclame neemt sterk toe en bepaalde lineaire offlinevormen van politieke reclame, zoals radio en televisie, worden ook online aangeboden als diensten op aanvraag. Bij politieke reclamecampagnes wordt doorgaans gebruikgemaakt van diverse media en communicatievormen.

- (3) Aangezien reclame, met inbegrip van politieke reclame, gewoonlijk wordt verzorgd tegen een vergoeding, die voordelen in natura kan omvatten, vormt zij een dienst krachtens artikel 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU). Bij verklaring nr. 22, betreffende personen met een handicap, gehecht aan het Verdrag van Amsterdam, is de Conferentie van de vertegenwoordigers van de regeringen der lidstaten overeengekomen dat de instellingen van de Unie bij het vaststellen van maatregelen krachtens artikel 114 VWEU rekening moeten houden met de behoeften van personen met een handicap.
- (4) De noodzaak transparantie te waarborgen is een legitiem openbaar doel, dat in overeenstemming is met de waarden die de Unie en haar lidstaten op grond van artikel 2 van het Verdrag betreffende de Europese Unie (VEU) delen. Het is niet altijd gemakkelijk voor burgers om politieke reclameboodschappen als zodanig te herkennen en hun democratische rechten met kennis van zaken uit te oefenen. Het steeds geraffineerdere karakter van desinformatie, de diversificatie van actoren, de snelle ontwikkeling van nieuwe technologieën en het feit dat manipulatie van de informatievoorziening en inmenging in onze democratische verkiezings- en regelgevingsprocessen steeds wijder verspreid raken, vormen grote uitdagingen voor de Unie en voor de lidstaten. Politieke reclame kan met name een bron van desinformatie zijn wanneer de reclame haar politieke karakter niet kenbaar maakt, afkomstig is van opdrachtgevers buiten de Unie of gepaard gaat met targetingtechnieken of reclameaanleveringstechnieken. Een hoog niveau van transparantie is onder meer noodzakelijk om open en eerlijk politieke debatten en politieke campagnes, alsmede vrije en eerlijke verkiezingen of referenda te ondersteunen en om manipulatie van en inmenging in de informatievoorziening, met inbegrip van onrechtmatige inmenging, ook vanuit derde landen, tegen te gaan. Transparantie van politieke reclame draagt ertoe bij dat kiezers en personen in het algemeen die te maken krijgen met een politieke reclameboodschap, beter kunnen begrijpen namens wie die reclame wordt gemaakt alsook hoe en waarom een aanbieder van reclamediensten zich juist op hen richt, zodat zij beter in staat zijn weloverwogen keuzes te maken. Mediageletterdheid moet worden ondersteund om individuen te helpen optimaal gebruik te maken van de transparantie van politieke reclame.

- (5) Deze verordening is bedoeld om ervoor te zorgen dat politieke reclame wordt aangeboden met volledige eerbiediging van de grondrechten.
- (6) Voor politieke reclame wordt vaak gebruikgemaakt van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap op basis van de verwerking van persoonsgegevens, met inbegrip van waargenomen en afgeleide persoonsgegevens, zoals gegevens waaruit politieke opvattingen blijken en andere bijzondere categorieën van gegevens. Onder targetingtechnieken moeten technieken worden verstaan die worden gebruikt om een politieke reclameboodschap alleen tot een specifieke persoon of groep personen te richten of om deze uit te sluiten, gewoonlijk met aangepaste inhoud, op basis van de verwerking van persoonsgegevens. Onder technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap moet een breed scala aan optimalisatietechnieken worden verstaan die gebaseerd zijn op de geautomatiseerde verwerking van persoonsgegevens om de verspreiding, het bereik of de zichtbaarheid van een politieke reclameboodschap te vergroten. Dergelijke technieken kunnen worden gebruikt door uitgevers van politieke reclame, en met name door zeer grote onlineplatforms in de zin van Verordening (EU) 2022/2065 van het Europees Parlement en de Raad⁴, om politieke reclameboodschappen over te brengen bij een doelpubliek op basis van persoonsgegevens en de inhoud van reclameboodschappen. Bij het overbrengen van reclameboodschappen door middel van dergelijke technieken wordt gebruikgemaakt van algoritmen die momenteel voor particulieren ondoorzichtig zijn en waarvan het effect kan verschillen van wat de opdrachtgevers of aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden, in gedachte hadden. Aangezien via targeting misbruik kan worden gemaakt van persoonsgegevens, onder meer door middel van microtargeting en andere geavanceerde technieken, kan targeting een bijzondere bedreiging vormen voor legitieme openbare belangen, zoals billijkheid, gelijke kansen en transparantie in het verkiezingsproces en de grondrechten op vrijheid van meningsuiting, op privacy en de bescherming van persoonsgegevens en op gelijkheid en non-discriminatie, alsmede het recht om geïnformeerd te worden op objectieve, transparante en pluralistische wijze.

⁴ Verordening (EU) 2022/2065 van het Europees Parlement en de Raad van 19 oktober 2022 betreffende een eengemaakte markt voor digitale diensten en tot wijziging van Richtlijn 2000/31/EG (digitaal dienstenverordening) (PB L 277 van 27.10.2022, blz. 1).

- (7) De regelgeving inzake politieke reclame in de lidstaten is momenteel ongelijksoortig en vaak gericht op traditionele mediavormen. Er zijn specifieke beperkingen, onder meer ten aanzien van grensoverschrijdende dienstverlening op het gebied van politieke reclame, die van invloed zijn op het voeren van grensoverschrijdende en pan-Europese politieke campagnes. In sommige lidstaten is het in andere lidstaten gevestigde dienstverleners uit de Unie verboden om tijdens verkiezingsperioden diensten van politieke aard of met een politiek doel te verlenen. Tegelijkertijd zijn er waarschijnlijk ook lidstaten met lacunes en mazen in hun nationale recht, waardoor bij de verspreiding van politieke reclame soms geen rekening wordt gehouden met de relevante nationale regels; de transparantieregelgeving voor politieke reclame dreigt zo te worden ondermijnd.
- (8) Teneinde de transparantie van politieke reclame te vergroten, mede om tegemoet te komen aan de zorgen van de burgers, hebben sommige lidstaten al aanvullende maatregelen ter bevordering van de transparantie van politieke reclame en ter ondersteuning van een eerlijk politiek debat en vrije en eerlijke verkiezingen of referenda onderzocht, of overwogen zij dergelijke maatregelen te nemen. Die nationale maatregelen worden met name overwogen voor online gepubliceerde en verspreide politieke reclame en kunnen nadere beperkingen omvatten. Die maatregelen variëren van zacht tot bindend en hebben betrekking op verschillende elementen van transparantie.
- (9) Die situatie leidt tot versnippering van de interne markt, beperkt de rechtszekerheid voor aanbieders van politieke reclamediensten die politieke reclameboodschappen produceren, plaatsen, promoten, publiceren, aanleveren of verspreiden, creëert belemmeringen voor het vrije verkeer van aanverwante diensten, verstoort de mededinging op de interne markt, ook tussen aanbieders van offline- en onlinediensten, en vergt complexe nalevingsinspanningen en extra uitgaven van de betrokken dienstverleners.

- (10) In dat verband zullen aanbieders van politieke reclamediensten waarschijnlijk worden ontmoedigd om hun politieke reclamediensten in grensoverschrijdende situaties aan te bieden. Dit geldt met name voor micro-, kleine en middelgrote ondernemingen, die vaak niet over de middelen beschikken om de hoge nalevingskosten in verband met de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van politieke reclame in meer dan één lidstaat op te vangen of door te berekenen. Dat beperkt de beschikbaarheid van diensten en heeft negatieve gevolgen voor de mate waarin dienstverleners kunnen innoveren en multimediale en multinationale campagnes kunnen aanbieden op de interne markt.
- (11) Daarom moet in de hele Unie voor een consistent en hoog niveau van transparantie van politieke reclame worden gezorgd, terwijl verschillen die het vrije verkeer van verwante diensten binnen de interne markt belemmeren, moeten worden voorkomen door voor het aanbieden van politieke reclamediensten geharmoniseerde regels vast te stellen, onder meer inzake transparantieplichtingen en bijbehorende zorgvuldigheidsverplichtingen, voor opdrachtgevers en aanbieders van politieke reclamediensten, die de uniforme bescherming van de rechten van personen en het toezicht op de gehele interne markt waarborgen op basis van artikel 114 VWEU.
- (12) De lidstaten mogen in hun nationale wetgeving geen bepalingen betreffende de transparantie van politieke reclame behouden of invoeren die afwijken van de bepalingen in deze verordening, en zeker geen bepalingen die meer of minder strikt zijn en een ander niveau van transparantie van politieke reclame waarborgen. Volledige harmonisatie van de transparantieplichtingen en bijbehorende zorgvuldigheidsverplichtingen in verband met politieke reclameboodschappen vergroot de rechtszekerheid en vermindert de versnippering van de verplichtingen waaraan dienstverleners in het kader van politieke reclame moeten voldoen.

- (13) De volledige harmonisatie van de transparantieplichtingen en bijbehorende zorgvuldigheidsverplichtingen mag geen afbreuk doen aan de vrijheid van aanbieders van politieke reclamediensten om op vrijwillige basis nadere informatie over politieke reclame te verstrekken; deze vrijheid valt onder de vrijheid van meningsuiting en informatie die wordt beschermd krachtens artikel 11 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie (hierna “het Handvest”).
- (14) Deze verordening is beperkt tot het harmoniseren van de regels inzake de transparantieplichtingen en bijbehorende zorgvuldigheidsverplichtingen voor het aanbieden van politieke reclamediensten en inzake het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap, alsmede regels inzake het toezicht op en de handhaving hiervan. Zij mag geen gevolgen hebben voor de inhoud van politieke reclameboodschappen, noch voor de regels van de Unie of de lidstaten voor andere aspecten van politieke reclame dan die welke onder deze verordening vallen. Bijgevolg verandert deze verordening niets aan de regels voor het voeren en financieren van politieke campagnes, met inbegrip van algemene verboden of beperkingen op politieke reclame tijdens bepaalde perioden, zogenaamde stilteperioden, donaties door individuele campagnedonoren of verboden met betrekking tot het gebruik van commerciële reclame voor verkiezingscampagnedoelinden. Voorts mag deze verordening met name geen afbreuk doen aan de grondrechten van vrijheid van mening en vrijheid van meningsuiting.
- (15) Bij de toepassing en handhaving van deze verordening moet rekening worden gehouden met de specifieke behoeften van micro-, kleine en middelgrote ondernemingen, overeenkomstig het evenredigheidsbeginsel. Het begrip micro-, kleine en middelgrote ondernemingen moet worden begrepen als ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU van het Europees Parlement en de Raad⁵.

⁵ Richtlijn 2013/34/EU van het Europees Parlement en van de Raad van 26 juni 2013 betreffende de jaarlijkse financiële overzichten, geconsolideerde financiële overzichten en aanverwante verslagen van bepaalde ondernemingsvormen, tot wijziging van Richtlijn 2006/43/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijnen 78/660/EEG en 83/349/EEG van de Raad (PB L 182 van 29.6.2013, blz. 19).

- (16) Deze verordening moet voorzien in geharmoniseerde transparantieplichtingen en bijbehorende zorgvuldigheidsverplichtingen voor economische actoren die politieke reclame en aanverwante diensten aanbieden (d.w.z. activiteiten die gewoonlijk worden verricht tegen een vergoeding, die voordelen in natura kan omvatten. Die diensten bestaan met name in de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering en verspreiding van politieke reclameboodschappen. De regels van deze verordening die voor een hoge mate van transparantie van politieke reclamediensten zorgen, zijn gebaseerd op artikel 114 VWEU. Daarom moet deze verordening ook betrekking hebben op het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap in het kader van de promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van politieke reclame, die gebaseerd zijn op de verwerking van persoonsgegevens. De regels van deze verordening die betrekking hebben op targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap, zijn gebaseerd op artikel 16 VWEU. Onder politieke reclame die gericht is op personen in een lidstaat, moet ook politieke reclame worden verstaan die onder personen in de Unie wordt verspreid, maar volledig is geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid door buiten de Unie gevestigde dienstverleners. Om te bepalen of een politieke reclameboodschap gericht is op personen in een lidstaat, moeten de factoren in aanmerking worden genomen die op een verband tussen de betrokken reclameboodschap en die lidstaat wijzen, zoals de taal, de context, het doel en de verspreidingsmiddelen van de boodschap.
- (17) Bij de toepassing van deze verordening moet rekening worden gehouden met de specifieke kenmerken van het medium voor publicatie of verspreiding van de politieke reclameboodschap, met name om de modaliteiten ervan aan te passen aan televisie, radio en kranten, naargelang het geval, een en ander in overeenstemming met het Unierecht.

(18) Er zij aan herinnerd dat de grensoverschrijdende aanbidding van reclamediensten op de interne markt onderworpen is aan het non-discriminatiebeginsel. Dit beginsel houdt onder andere in dat de toegang van een afnemer tot een aan het publiek aangeboden dienst niet uitsluitend op grond van de nationaliteit, verblijfplaats of plaats van vestiging van de afnemer mag worden beperkt. Daarom mag het aanbieders van politieke reclamediensten niet worden toegestaan opdrachtgevers die in de Unie verblijven of legaal zijn gevestigd, te discrimineren op grond van hun verblijfplaats of plaats van vestiging, tenzij het verschil in behandeling overeenkomstig het Unierecht gerechtvaardigd en evenredig is. Niet-discriminerende toegang tot grensoverschrijdende politieke reclamediensten is van essentieel belang opdat de afnemers van die diensten alle vruchten van de interne markt in de betrokken sector kunnen plukken. Niet-discriminerende toegang tot grensoverschrijdende politieke reclamediensten is van bijzonder belang voor Europese politieke partijen, gezien hun rol bij de vorming van een Europees politiek bewustzijn en bij de uiting van de wil van de burgers van de Unie, zoals bepaald in artikel 10, lid 4, VEU en artikel 12, lid 2, van het Handvest en hun Europese juridische status op grond van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 van het Europees Parlement en de Raad⁶.

⁶ Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 van het Europees Parlement en de Raad van 22 oktober 2014 betreffende het statuut en de financiering van Europese politieke partijen en Europese politieke stichtingen (PB L 317 van 4.11.2014, blz. 1).

Ongerechtvaardigde beperkingen door aanbieders van politieke reclamediensten van de vrijheid van Europese politieke partijen om grensoverschrijdende politieke reclamediensten af te nemen, mogen niet worden toegestaan, aangezien zij het voeren van doeltreffende politieke campagnes in de hele Unie belemmeren, waardoor zij de hun bij de Verdragen toegewezen rol niet kunnen vervullen. Bijgevolg mogen aanbieders van politieke reclamediensten hun diensten niet louter op grond van de plaats van vestiging, met inbegrip van registratie, van een Europese politieke partij, aan deze partij ontzeggen, noch hun dienstverlening aan deze partij belemmeren of hun diensten voor deze partij minder aantrekkelijk maken, zonder de mogelijkheid uit te sluiten van verschillen in behandeling op grond van gerechtvaardigde objectieve redenen. Soortgelijke overwegingen gelden voor fracties in het Europees Parlement die overeenkomstig het Reglement van het Europees Parlement zijn opgericht en hun taken vervullen in het kader van de activiteiten van de Unie. De in deze verordening opgenomen non-discriminatieclausule bepaalt noch beïnvloedt de juridische status van Europese politieke partijen of fracties in het Europees Parlement, aangezien zij zich beperkt tot het behandelen van hun functie van opdrachtgever.

- (19) Inmenging in verkiezingen door bepaalde entiteiten uit derde landen of onderdanen van derde landen die opdracht tot politieke reclame in de Unie kunnen geven, vormt een ernstige bedreiging voor de democratie, die een gemeenschappelijke waarde van de Unie is en waarvan het waarborgen van fundamenteel belang is voor de Unie en haar lidstaten. Bijgevolg hebben sommige lidstaten al diverse beperkingen opgelegd aan entiteiten uit derde landen of onderdanen van derde landen om financiering te verstrekken in het kader van verkiezingen, of overwegen zij dat te doen. Deze heterogene regelgevingssituatie, die waarschijnlijk nog zal verergeren als gevolg van het gespannen internationale klimaat dat momenteel heerst, vormt belemmeringen voor aanbieders van politieke reclamediensten om op de markten van verschillende lidstaten actief te zijn. Deze heterogene regelgevingssituatie moet daarom worden gelijkgetrokken op basis van een gemeenschappelijke minimumnorm. Aanbieders van politieke reclamediensten moeten worden verplicht om in de drie maanden voorafgaand aan een verkiezing of referendum die op het niveau van de Unie of op nationaal, regionaal of lokaal niveau in een lidstaat wordt georganiseerd, alleen politieke reclamediensten te verlenen aan burgers van de Unie, onderdanen van derde landen die permanent in de Unie verblijven en stemrecht hebben bij die verkiezing of dat referendum of in de Unie gevestigde rechtspersonen die niet onder zeggenschap staan van entiteiten uit derde landen. Het risico van inmenging in verkiezingen of referenda in verschillende lidstaten en de beoordeling van dat risico door de lidstaten varieert. Daarom kan het in verschillende lidstaten passend zijn dat strengere nationale regels worden vastgesteld die met name voorzien in langere termijnen waarin voor reclameopdrachten door entiteiten uit derde landen of onderdanen van derde landen beperkingen gelden. De minimumnorm van drie maanden mag de lidstaten dus niet beletten strengere nationale regels vast te stellen die in overeenstemming zijn met het recht van de Unie. Wanneer een verkiezing of referendum minder dan drie maanden vóór de datum van die verkiezing of dat referendum wordt bekendgemaakt, mag dit niet worden opgevat als een aanleiding tot verplichtingen in de periode vóór de bekendmaking van de verkiezingen of referenda.

- (20) Om manipulatie van en inmenging in de informatievoorziening in politieke reclame tegen te gaan, worden “onlineplatforms” als gedefinieerd in Verordening (EU) 2022/2065 aangemoedigd, onder meer door middel van de praktijkcode betreffende desinformatie, om op maat gesneden beleidsmaatregelen en andere relevante maatregelen vast te stellen en uit te voeren, bijvoorbeeld door deel te nemen aan ruimere initiatieven om desinformatie onrendabel te maken, teneinde de plaatsing van politieke reclame die desinformatie bevat, te voorkomen.
- (21) Er is geen definitie van “politieke reclame” of “politieke reclameboodschap” voorhanden op het niveau van de Unie. Een definitie op het niveau van de Unie is nodig om het toepassingsgebied van de geharmoniseerde transparantieplichtingen en bijbehorende zorgvuldigheidsverplichtingen en van de regels inzake het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap vast te stellen. Deze definitie dient de vele vormen die politieke reclame kan aannemen en alle middelen en wijzen van publicatie of verspreiding binnen de Unie te bestrijken, ongeacht of de bron zich binnen de Unie dan wel in een derde land bevindt.

- (22) De definitie van “politieke reclame” moet ook reclame omvatten die op welke wijze dan ook direct of indirect wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid door, voor of namens een politieke actor. Politieke reclame staat gewoonlijk direct of indirect onder zeggenschap van een opdrachtgever, die een politieke actor kan zijn, en die met name de politieke aard, de inhoud of de publicatie zal bepalen van de politieke reclame die wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid. Soms kan een andere entiteit uiteindelijk zeggenschap uitoefenen over een opdrachtgever. De vaststelling of een entiteit uiteindelijk zeggenschap heeft over een opdrachtgever, moet gebaseerd zijn op rechten, overeenkomsten of andere middelen die, afzonderlijk of in combinatie, en rekening houdend met de betrokken feitelijke of juridische overwegingen, de mogelijkheid bieden om beslissende invloed uit te oefenen op een entiteit, met name door middel van eigendom, het recht om alle of een deel van de activa van een entiteit te gebruiken, of rechten of overeenkomsten die een beslissende invloed verlenen op de samenstelling, het stemmen of de besluiten van de organen van een entiteit. Om te bepalen of een boodschap zuiver particulier of zuiver commercieel is, moet naar alle relevante factoren gekeken worden, zoals de inhoud van de boodschap, de opdrachtgever ervan, de taal waarin de boodschap is gesteld, de context waarin de boodschap wordt overgebracht, met inbegrip van de periode van verspreiding, het doel van de boodschap en de wijze waarop de boodschap wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid, en het doelpubliek. Boodschappen over de gezinsstatus of bedrijfsactiviteiten van een politieke actor zijn waarschijnlijk zuiver particulier of zuiver commercieel.

- (23) Ook de promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding door andere actoren van een boodschap die het resultaat van een verkiezing, een referendum, stemgedrag of een wet- of regelgevingsproces op Unie-, nationaal, regionaal of lokaal niveau kan beïnvloeden en die hiervoor bedoeld is, moet als politieke reclame worden aangemerkt. Onder een wet- of regelgevingsproces moet eveneens besluitvorming worden verstaan met bindende, algemeen toepasselijke rechtsgevolgen op Unie-, nationaal, regionaal of lokaal niveau. Er moet een duidelijk en wezenlijk verband bestaan tussen de boodschap en de mate waarin deze het resultaat van een verkiezing, een referendum, stemgedrag of een wet- of regelgevingsproces kan beïnvloeden. Om te bepalen of een dergelijk verband bestaat, moet rekening worden gehouden met alle factoren die relevant zijn op het moment dat de boodschap wordt gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid, zoals de identiteit van de opdrachtgever van de boodschap, de vorm en de inhoud van de boodschap, de gesproken of geschreven taal waarin de boodschap is gesteld, de context waarin de boodschap wordt overgebracht, met inbegrip van de periode van verspreiding, zoals een verkiezingsperiode, het doel van de boodschap en de wijze waarop de boodschap wordt gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid, en het doelpubliek. Onder taal moet worden verstaan alle talen die in de Unie worden gebruikt, met inbegrip van regionale dialecten en gebarentaal, waarbij gebruikgemaakt wordt van alle communicatie- of codificatiemiddelen, zoals braille en andere middelen. Het ontwerp moet in deze factoren tot uiting komen en een verband mag niet uitsluitend met terugwerkende kracht worden afgeleid uit het effect van een bericht.

- (24) Politieke reclame omvat de situatie waarin de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van een boodschap die het resultaat van een verkiezing, een referendum, stemgedrag of een wet- of regelgevingsproces kan beïnvloeden en die hiervoor bedoeld is, wordt uitgevoerd door een entiteit die handelt in eigen naam (interne activiteiten). Interne activiteiten, die als uitsluitend relevant voor hoofdstuk III van deze verordening moeten worden beschouwd, moeten worden opgevat als activiteiten die binnen een entiteit worden uitgevoerd en die bestaan uit of substantieel bijdragen tot de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding, op welke wijze dan ook, van een boodschap die het resultaat van een verkiezing of referendum, stemgedrag of een wetgevings- of regelgevingsproces kan beïnvloeden en die hiervoor is bedoeld.
- (25) Commerciële reclame- en marketingpraktijken kunnen de perceptie die consumenten hebben van producten en diensten of hun aankoopgedrag op wettige wijze beïnvloeden, bijvoorbeeld via merkdifferentiatie door middel van activiteiten van een bedrijf op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen, het creëren van sociale impact of andere soorten doelgericht engagement. Deze verordening moet van toepassing zijn op commerciële reclame die het resultaat van een verkiezing of referendum, stemgedrag of een wetgevings- of regelgevingsproces kan beïnvloeden en die hiervoor is bedoeld.
- (26) De Commissie moet gemeenschappelijke richtsnoeren opstellen voor een doeltreffende uitvoering van deze verordening, en met name om opdrachtgevers van reclame en aanbieders van reclamediensten die namens de opdrachtgevers optreden, te ondersteunen bij het melden en identificeren van politieke reclameboodschappen, alsook om aanbieders van politieke reclamediensten te ondersteunen bij het faciliteren en adequaat beheren van dergelijke meldingen.

- (27) In het belang van een doeltreffende communicatie met het publiek mag publieke communicatie door, voor of namens een overheidsinstantie van een lidstaat of van de Unie, met inbegrip van regeringsleden, bijvoorbeeld persberichten of persconferenties waarin wetgevings- of regelgevingsinitiatieven worden aangekondigd en de beleidskeuze wordt toegelicht die aan dergelijke initiatieven ten grondslag ligt, niet als politieke reclame worden aangemerkt, mits deze het resultaat van een verkiezing of referendum, het stemgedrag of een wet- of regelgevingsproces niet kan beïnvloeden en hiervoor niet bedoeld is. Op dezelfde manier moet praktische informatie uit officiële bronnen van lidstaten of van de Unie die louter betrekking heeft op de organisatie en de voorwaarden voor deelname aan de verkiezingen of referenda, met inbegrip van de aankondiging van kandidaturen of de vraag waarop het referendum betrekking heeft, niet als politieke reclame worden aangemerkt.
- (28) Deze verordening mag niet van toepassing zijn in gevallen waar uitdrukkelijk bij wet wordt voorzien in een bepaalde openbare ruimte voor de voorstelling van kandidaten en deze ruimte kosteloos wordt toegewezen, bijvoorbeeld door plaats voor een dergelijke voorstelling ter beschikking te stellen in gemeenten en andere openbare ruimten of een bepaalde zendtijd op televisie toe te wijzen, voor zover dit op eerlijke en niet-discriminerende wijze gebeurt, op basis van transparante en objectieve criteria.

- (29) De media dragen bij aan de goede werking van democratische processen en spelen een essentiële rol bij de vrijheid van meningsuiting en informatie, met name in de periode vlak voor een verkiezing. Zij bieden een ruimte voor publiek debat en dragen bij aan de vorming van de publieke opinie. Deze verordening mag daarom geen afbreuk doen aan de redactionele vrijheid van de media. Politieke meningen die in welk medium ook onder redactionele verantwoordelijkheid worden geuit, mogen niet onder deze verordening vallen, tenzij derden voor of in verband met de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding ervan een specifieke betaling of andere vergoeding verstrekken. Wanneer dergelijke politieke meningen vervolgens worden gepromoot, gepubliceerd of verspreid door aanbieders van politieke reclamediensten, kunnen zij echter worden beschouwd als politieke reclame.
- (30) Politieke meningen die op persoonlijke titel worden geuit, vormen een bijzondere vorm van het recht op vrijheid van meningsuiting en informatie. Het gaat hierbij niet om politieke reclame en het is noodzakelijk dat dit onderscheid duidelijk wordt gemaakt. Daartoe mogen politieke meningen die op persoonlijke titel worden geuit, niet onder deze verordening vallen. De vaststelling van politieke meningen die op persoonlijke titel worden geuit, moet normaliter het resultaat zijn van individuele zelfbeschikking, maar er kan rekening worden gehouden met contextuele elementen. Relevante factoren kunnen onder meer zijn of de mening wordt geuit namens een andere entiteit, of de boodschap bedoeld is om iemands eigen kandidatuur te promoten of om campagne te voeren in een verkiezing, referendum of wet- of regelgevingsproces, of de boodschap wordt geuit door een persoon die over het algemeen actief is in het voeren van campagnes of van actie voor politieke of sociale verandering, en of de boodschap wordt verspreid aan een onbepaald aantal personen. Een politieke mening mag niet worden geacht te zijn geuit op persoonlijke titel indien er voor of in verband met het uiten van die mening sprake is van een specifieke vergoeding door derden, met inbegrip van voordelen in natura.

- (31) Voor de toepassing van deze verordening moeten onder “verkiezingen” worden verstaan de verkiezingen voor het Europees Parlement, alle verkiezingen of referenda die op nationaal, regionaal en lokaal niveau in de lidstaten worden georganiseerd en verkiezingen voor het leiderschap van politieke partijen. Andere vormen van verkiezingen, zoals beroepsmatige of private stemmingen, mogen er niet onder vallen.
- (32) “Politieke reclameboodschap” moet worden gedefinieerd als een concrete vorm van politieke reclame. “Reclameboodschappen” zijn de middelen waarmee de inhoud van de reclame, onder meer in gedrukte vorm, via de omroepmedia, op websites, in zoekmachines en gestreamde media, of via een onlineplatformdienst wordt meegedeeld.
- (33) De definitie van “politieke actoren” dient te verwijzen naar begrippen die zijn gedefinieerd in het Unierecht en in het nationale recht, overeenkomstig internationale rechtsinstrumenten, zoals die van de Raad van Europa. De definitie van “politieke actoren” moet betrekking hebben op verband houdende en ondergeschikte entiteiten van een politieke partij die zijn opgericht, met of zonder rechtspersoonlijkheid, om die partij te ondersteunen of haar doelstellingen te verwezenlijken, bijvoorbeeld door een specifieke groep kiezers te benaderen of zich in te zetten voor een specifiek verkiezingsdoel.
- (34) De definitie van “politieke actoren” moet ook betrekking hebben op kandidaten voor of houders van een gekozen functie, en overheidsfunctionarissen van een lidstaat op nationaal, regionaal of lokaal niveau of van Europese instellingen, met uitzondering van het Hof van Justitie van de Europese Unie, de Europese Centrale Bank en de Europese Rekenkamer.

- (35) De definitie van een “politieke reclamecampagne” moet verwijzen naar de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van een reeks gerelateerde politieke reclameboodschappen in het kader van een overeenkomst inzake politieke reclame op basis van een gemeenschappelijke productie, sponsoring of financiering;
- (36) De definitie van “politieke reclame” mag geen afbreuk doen aan nationale definities van “politieke partij”, “politieke doelstellingen” of “politieke campagnes”, noch de nationale campagneregels wijzigen of verstoren.
- (37) De definitie van “politieke actor” mag geen invloed hebben op de nationale regels over wie een politieke campagne mag voeren en lidstaten mogen er niet door verplicht worden dergelijke regels vast te stellen.
- (38) Om het brede scala van relevante dienstverleners die verband houden met politieke reclamediensten te bestrijken, moeten onder aanbieders van politieke reclamediensten dienstaanbieders worden begrepen die betrokken zijn bij de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van politieke reclameboodschappen. Zo kunnen aanbieders van politieke reclamediensten namens opdrachtgevers handelen en voor hen het initiatief nemen tot politieke reclamediensten.
- (39) De definitie van “aanbieders van politieke reclamediensten” mag geen betrekking hebben op aanbieders die louter ondersteunende diensten verlenen met betrekking tot politieke reclamediensten. Ondersteunende diensten zijn diensten die worden verleend als aanvulling op een politieke reclamedienst, maar die geen directe invloed hebben op de inhoud of presentatie ervan, noch directe controle hebben over de productie, plaatsing, promotie, publicatie of verspreiding ervan. Dergelijke diensten kunnen vervoer, financiering en investering, aankoop, verkoop, catering, marketing, computerdiensten, schoonmaak, onderhoud, postdiensten, drukdiensten en grafisch, geluids- of fotodesign omvatten.

- (40) Een “opdrachtgever” moet worden gedefinieerd als de persoon of entiteit namens wie een politieke reclameboodschap wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid, bijvoorbeeld een individuele kandidaat bij een verkiezing of een politieke partij, en die normaliter de persoon of entiteit is die een vergoeding verstrekt in ruil voor politieke reclamediensten.
- (41) “Uitgevers van politieke reclame” moet worden gedefinieerd als aanbieders van politieke reclamediensten, gewoonlijk aan het einde van de keten van dienstverleners, die politieke reclame publiceren, aanleveren of verspreiden door middel van uitzendingen, via een interface beschikbaar stellen of op andere wijze openbaar maken.
- (42) Aanbieders van politieke reclamediensten hebben verantwoordelijkheden die bijdragen tot de verwezenlijking van de doelstellingen van deze verordening. Bepaalde aanbieders van politieke reclamediensten zenden politieke reclame uit, stellen ze via een interface beschikbaar of maken ze op andere wijze openbaar, en kunnen er op grond van deze rol voor zorgen dat dit gebeurt in overeenstemming met deze verordening en dat een hoge mate van transparantie geboden wordt. Deze dienstverleners moeten daarom specifieke verantwoordelijkheden hebben als uitgevers van politieke reclame en moeten als zodanig worden aangemerkt.
- (43) Opdrachtgevers moeten waarheidsgetrouw aangeven of de betrokken reclame politieke reclame is als gedefinieerd in deze verordening en, in de laatste drie maanden voorafgaand aan een verkiezing of referendum op het niveau van de Unie of op nationaal, regionaal of lokaal niveau in een lidstaat, of zij volgens deze verordening als opdrachtgever kunnen optreden. De opdrachtgever draagt de verantwoordelijkheid voor de juistheid van deze verklaringen. Bovendien moet, zodra reclame als politiek is aangemerkt, de verdere verspreiding ervan nog steeds voldoen aan de transparantievereisten en bijbehorende zorgvuldigheidsvereisten.

- (44) Aangezien het met name belangrijk is de doeltreffendheid van de regels inzake transparantie en bijbehorende zorgvuldigheidsvereisten te waarborgen, moeten contractuele regelingen voor het aanbieden van politieke reclamediensten ervoor zorgen dat de informatie die nodig is om aanbieders van politieke reclamediensten in staat te stellen deze verordening na te leven, te goeder trouw, volledig en accuraat en zonder onnodige vertraging wordt verstrekt. Wanneer een verklaring of bepaalde informatie onvolledig, achterhaald of onjuist is, moet in deze verordening worden bepaald dat deze verklaring of informatie aangevuld, bijgewerkt of gecorrigeerd wordt. Dit mag voor de aanbieder van politieke reclamediensten geen algemene verplichting inhouden om toe te zien op de waarheidsgetrouwheid van verklaringen betreffende de politieke aard van advertenties, of om buitensporige of dure feitenonderzoeken uit te voeren. Om op efficiënte wijze te voldoen aan de vereiste om dergelijke verklaringen of informatie aan te vullen, bij te werken of te corrigeren, moeten aanbieders van politieke reclamediensten hun online-interfaces aanpassen zodat de naleving van dergelijke verplichtingen wordt vergemakkelijkt.
- (45) Aanbieders van reclamediensten moeten een verklaring of informatie als kennelijk onjuist beschouwen indien dit, zonder verdere verificatie of feitenonderzoek, blijkt uit de inhoud van de reclameboodschap, de identiteit van de opdrachtgever of de context waarin de betrokken dienst wordt verleend.

- (46) Uitgevers van politieke reclame die eveneens zeer grote onlineplatforms en zeer grote onlinezoekmachines zijn in de zin van Verordening (EU) 2022/2065, moeten in het kader van de risicobeoordelingen overeenkomstig artikel 34 van die verordening alle systeemrisico's die voortvloeien uit hun politieke reclamediensten zorgvuldig identificeren, analyseren en beoordelen en nemen redelijke, evenredige en doeltreffende risicobeperkende maatregelen overeenkomstig artikel 35 van die verordening om deze risico's het hoofd te bieden.
- (47) De regels inzake transparantie en desbetreffende zorgvuldigheidsvereisten van deze verordening dienen alleen van toepassing te zijn op politieke reclamediensten, dat wil zeggen politieke reclame die gewoonlijk wordt gemaakt tegen een vergoeding, welke voordelen in natura kan omvatten. Deze regels inzake transparantie mogen niet van toepassing zijn op inhoud die wordt geüpload door een gebruiker van een onlinetussenhandelsdienst, zoals een onlineplatform, en door de onlinetussenhandelsdienst wordt verspreid zonder vergoeding voor de plaatsing, publicatie, aanlevering of verspreiding voor de specifieke boodschap, tenzij de gebruiker door een derde partij voor de politieke reclameboodschap is vergoed.
- (48) De regels inzake transparantie en desbetreffende zorgvuldigheidsvereisten mogen evenmin van toepassing zijn op het delen van informatie via elektronische-communicatiediensten zoals elektronische berichtendiensten of telefoongesprekken, mits daarbij geen politieke reclamedienst betrokken is.

- (49) De vrijheid van meningsuiting en informatievrijheid, zoals beschermd door artikel 11 van het Handvest, betreft ook de vrijheid van een persoon om een politieke mening te hebben en kennis te nemen en te geven van politieke informatie of ideeën. Elke beperking van deze vrijheid moet in overeenstemming zijn met artikel 52 van het Handvest. Deze vrijheid kan alleen worden onderworpen aan aanpassingen en beperkingen wanneer deze noodzakelijk zijn en gerechtvaardigd worden door een legitiem algemeen belang en stroken met de algemene beginselen van het Unierecht, zoals evenredigheid en rechtszekerheid. Dit is onder meer het geval wanneer aan politieke ideeën bekendheid wordt gegeven via aanbieders van politieke reclamediensten. Vrijheid van meningsuiting en informatievrijheid vormen een van de hoekstenen van een levendig democratisch debat.
- (50) Met deze verordening mag van de lidstaten niet worden verlangd dat zij maatregelen nemen die in strijd zijn met fundamentele beginselen betreffende de vrijheid van meningsuiting en informatievrijheid, in het bijzonder de vrijheid van drukpers en de vrijheid van meningsuiting in andere media zoals die voortvloeien uit constitutionele tradities, of met bepalingen betreffende de rechten en verantwoordelijkheden van, en de procedurele waarborgen voor, de pers en andere media, indien deze bepalingen betrekking hebben op het vaststellen of beperken van aansprakelijkheid.

- (51) Op door onlinetussenpersonen gepubliceerde of verspreide politieke reclameboodschappen is Verordening (EU) 2022/2065 van toepassing, met horizontale regels die gelden voor alle soorten onlinereclame, met inbegrip van commerciële en politieke reclameboodschappen. Op basis van de definitie van “politieke reclame” in deze verordening is het passend de transparantievereisten die zijn vastgesteld voor uitgevers van reclame en onder het toepassingsgebied van Verordening (EU) 2022/2065 vallen, met name voor zeer grote onlineplatforms, verder uit te werken. Daarbij gaat het met name om informatie over de financiering van politieke reclameboodschappen. De vereisten van deze verordening laten de bepalingen van Verordening (EU) 2022/2065 onverlet.
- (52) Bij de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering en verspreiding van politieke reclameboodschappen kan een complexe keten van aanbieders van politieke reclamediensten betrokken zijn. Dit is met name het geval wanneer bij de selectie van reclame-inhoud, de selectie van targeting- en reclameaanleveringscriteria, de verstrekking van gegevens voor de targeting en aanlevering van een reclameboodschap, de bepalingen inzake targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap, de aanlevering van een reclameboodschap en de verspreiding ervan verschillende dienstverleners een rol kunnen spelen.

Daarnaast kunnen opdrachtgevers betrokken worden in de verschillende stadia van de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering en verspreiding van politieke reclame. Evenzo kan een verwerkingsverantwoordelijke met het oog op targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap de doeleinden en middelen van de verwerking samen met andere verwerkingsverantwoordelijken bepalen, of kan de verwerking namens de verwerkingsverantwoordelijke door een andere entiteit worden uitgevoerd. In het licht van de jurisprudentie van het Hof van Justitie van de Europese Unie kan ook een gezamenlijke verwerkingsverantwoordelijkheid worden vastgesteld wanneer slechts één entiteit toegang heeft tot de betrokken persoonsgegevens. Omwille van hun verschillende bijdragen, met name de bepaling van de targetingkenmerken, de bepaling van de gegevenscategorieën en de verwerking bij de weergave van reclame, zouden dienstverleners en opdrachtgevers regelmatig gezamenlijk beslissen over de middelen en doeleinden van de verwerking van persoonsgegevens voor politieke reclamedoeleinden en kunnen ze derhalve worden beschouwd als gezamenlijke verwerkingsverantwoordelijken op grond van artikel 26 van Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad⁷ en artikel 28 van Verordening (EU) 2018/1725 van het Europees Parlement en de Raad⁸. Daarom moet worden gezorgd voor een duidelijke verdeling van de verantwoordelijkheden tussen de verschillende entiteiten uit hoofde van deze verordening.

⁷ Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (algemene verordening gegevensbescherming) (PB L 119 van 4.5.2016, blz. 1).

⁸ Verordening (EU) 2018/1725 van het Europees Parlement en de Raad van 23 oktober 2018 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens door de instellingen, organen en instanties van de Unie en betreffende het vrije verkeer van die gegevens, en tot intrekking van Verordening (EG) nr. 45/2001 en Besluit nr. 1247/2002/EG (PB L 295 van 21.11.2018, blz. 39).

- (53) Wanneer een kunstmatige commerciële of contractuele constructie de in deze verordening neergelegde transparantieplichtingen van hun nuttige werking dreigen te beroven, moeten die verplichtingen van toepassing zijn op de entiteit of entiteiten die de reclamedienst daadwerkelijk verlenen.
- (54) Hoewel de in deze verordening vastgestelde verplichtingen in specifieke vereisten voorzien, mogen ze niet worden opgevat als een algemene verplichting voor aanbieders van tussenhandelsdiensten om toezicht te houden op politieke inhoud die door natuurlijke of rechtspersonen wordt gedeeld of als een algemene verplichting voor aanbieders van tussenhandelsdiensten om proactieve maatregelen te nemen met betrekking tot illegale inhoud die deze aanbieders toezenden of opslaan.
- (55) Teneinde de naleving van de vereisten van deze verordening te ondersteunen, met name die inzake het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap in het kader van politieke onlinereclame, worden aanbieders van tussenhandelsdiensten aangemoedigd om de identificatie te vergemakkelijken van politieke reclame die rechtstreeks door gebruikers via hun onlinetussenhandelsdienst wordt geüpload of verspreid. Zo kunnen aanbieders van tussenhandelsdiensten efficiënte mechanismen ter beschikking stellen van gebruikers waarmee ze kunnen aangeven dat een reclameboodschap politiek is.

- (56) Uit transparante politieke reclame moeten personen kunnen opmaken dat zij met een politieke reclameboodschap worden geconfronteerd. Uitgevers van politieke reclame moeten ervoor zorgen dat elke politieke reclameboodschap vergezeld gaat van een duidelijke mededeling waaruit blijkt dat het om een politieke reclameboodschap gaat, en van andere informatie, zoals wie de opdrachtgever is, van welke politieke campagne het deel uitmaakt en of er targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap werden aangewend. In voorkomend geval kan de naam van de opdrachtgever ook een politiek logo omvatten. Uitgevers van politieke reclame moeten ervoor zorgen dat politieke reclameboodschappen correct worden gelabeld en moeten gebruikmaken van een label dat doeltreffend is en de specifieke informatie bevat, met inbegrip van een duidelijke vermelding van de plaats waar de transparantieverklaring kan worden teruggevonden. Aan de Commissie moeten uitvoeringsbevoegdheden worden toegekend voor de vaststelling van uitvoeringshandelingen om het formaat en het model van de labels te bepalen en ervoor te zorgen dat zij worden aangepast aan het gebruikte medium, rekening houdend met de nieuwste technologische en marktontwikkelingen, relevant wetenschappelijk onderzoek en beste praktijken.

(57) De informatie die moet worden verstrekt in een transparantieverklaring moet ook de identiteit van de opdrachtgever en, waar van toepassing, van de entiteit die uiteindelijk de zeggenschap heeft over de opdrachtgever, vermelden, teneinde de verantwoordingsplicht in het politieke proces te bevorderen. Er moet duidelijk worden vermeld waar de opdrachtgever is gevestigd en of de opdrachtgever een natuurlijke persoon of een rechtspersoon is. Persoonsgegevens van personen die betrokken zijn bij politieke reclame en die geen verband houden met de opdrachtgever of andere betrokken politieke actoren, mogen niet in de transparantieverklaring worden vermeld. Om de eerlijkheid van de verspreiding van de politieke reclameboodschap te waarborgen, moet de transparantieverklaring ook informatie bevatten over de verspreidingsperiode, de verkiezingen waarmee de reclameboodschap verband houdt, het bedrag besteed aan de specifieke reclameboodschap en de gehele politieke reclamecampagne, alsook de waarde van andere voordelen die geheel of ten dele in ruil voor die boodschap en campagne zijn ontvangen, de bron van de gebruikte middelen en andere informatie. Informatie over de herkomst van de gebruikte middelen heeft bijvoorbeeld betrekking op de publieke of particuliere oorsprong ervan en op het feit of deze afkomstig zijn van binnen of buiten de Europese Unie. Informatie over de verkiezingen of referenda waarmee de reclame verband houdt, moet, indien mogelijk, een link bevatten naar informatie uit officiële bronnen over de organisatie van die verkiezingen of referenda en over de voorwaarden voor het deelnemen daaraan of voor het promoten van deelname. Wanneer een politieke reclameboodschap opnieuw wordt gepubliceerd nadat ze werd opgeschort of stopgezet ten gevolge van een inbreuk op deze verordening, moet dit in transparantieverklaringen worden vermeld om ervoor te zorgen dat personen naar behoren op de hoogte worden gebracht. De transparantieverklaring moet onmiddellijk ter beschikking worden gesteld zodra de reclameboodschap wordt gepubliceerd of verspreid, en de daarin vervatte informatie moet worden geactualiseerd. Daarnaast moet de transparantieverklaring informatie bevatten over de wijze waarop politieke reclameboodschappen overeenkomstig de in deze verordening vastgestelde mechanismen kunnen worden gemeld. Deze vereiste mag geen afbreuk doen aan de bepalingen inzake kennisgeving van Verordening (EU) 2022/2065.

- (58) Met het oog op een grotere transparantie van politieke reclame moet informatie verzameld en in de desbetreffende transparantieverklaring opgenomen worden over het bereik van politieke reclame en de interactie van personen met politieke reclame. Het bereik van de boodschap gaat over gegevens die de geografische spreiding en het aantal personen die de politieke reclame hebben bekeken, ontvangen of er op een andere manier contact mee hebben gehad, met inbegrip van het aantal views, weergaven en clicks, kwantificeerbaar maken. De interactie met de boodschap gaat over gegevens die de interacties van personen met politieke onlinereclame kwantificeerbaar maken, op verschillende manieren gemeten, onder meer voor de duur van de interactie met de politieke reclameboodschap. Relevante normen voor het opstellen van labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen moeten betrekking hebben op de kwantificering van het bereik en de interactie.
- (59) De presentatie van de informatie in de transparantieverklaring kan variëren naargelang de gebruikte middelen. Om de informatie in de transparantieverklaring in offline-reclameboodschappen gemakkelijk op te vragen, kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van een specifieke webpagina, een Quick Response-code (of QR-code) of andere, even gebruiksvriendelijke technische maatregelen. Het voorschrift dat de informatie over de transparantieverklaring onder meer duidelijk waarneembaar moet zijn, moet inhouden dat deze informatie duidelijk in of bij de reclameboodschap wordt weergegeven. Het voorschrift dat de in de transparantieverklaring gepubliceerde informatie gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar indien technisch haalbaar, en gebruiksvriendelijk moet zijn, moet inhouden dat rekening wordt gehouden met de behoeften van personen met een handicap, door de toepasselijke toegankelijkheidsvoorschriften na te leven, onder meer door de informatie via meer dan één zintuiglijk kanaal beschikbaar te stellen, indien dit technisch haalbaar is. Om rekening te kunnen houden met de nieuwste technologische en marktontwikkelingen, relevant wetenschappelijk onderzoek en beste praktijken en om ervoor te zorgen dat de transparantieverklaringen worden aangepast aan het gebruikte medium, moeten aan de Commissie uitvoeringsbevoegdheden worden toegekend voor de vaststelling van uitvoeringshandelingen waarin het formaat van de transparantieverklaring wordt bepaald en de technische specificaties ervan worden vastgesteld.

- (60) Wanneer politieke reclame in elektronische vorm beschikbaar wordt gesteld, onder meer via een onlinemedium, moet de bijbehorende transparantieverklaring ook elektronisch en in een machineleesbaar formaat beschikbaar zijn. Politieke reclame die uitsluitend offline beschikbaar wordt gesteld, zoals gedrukte folders of kranten, kan vergezeld gaan van transparantieverklaringen die ook enkel offline in dezelfde gedrukte brochure of krant worden weergegeven. Wanneer politieke reclame echter offline en de transparantieverklaring in elektronische vorm beschikbaar worden gesteld, moet de transparantieverklaring ook in een machineleesbaar formaat worden opgesteld.
- (61) Informatie moet als machineleesbaar worden beschouwd als zij wordt verstrekt in een formaat dat automatisch kan worden verwerkt door softwaretoepassingen, zonder menselijke tussenkomst, met name met het oog op het identificeren, herkennen en extraheren van specifieke gegevens.
- (62) Transparantieverklaringen moeten zodanig worden ontworpen dat zij gebruikers bewuster maken en helpen politieke reclameboodschappen duidelijk als zodanig te herkennen. Zij moeten zodanig zijn ontworpen dat zij ook aanwezig of toegankelijk blijven wanneer een politieke reclameboodschap verder wordt verspreid, bijvoorbeeld via een post op een ander platform of doordat personen elkaar deze toesturen. De informatie in de transparantieverklaring moet worden gepubliceerd vanaf het begin van de publicatie van de politieke reclameboodschappen tot de publicatie wordt stopgezet. Uitgevers van politieke reclame bewaren hun transparantieverklaringen, samen met eventuele wijzigingen, gedurende een periode van vijf jaar na de laatste publicatie en stellen die op verzoek beschikbaar.

- (63) Aangezien uitgevers van politieke reclame politieke reclameboodschappen openbaar maken, moeten zij de informatie in de transparantieverklaring samen met de politieke reclameboodschap publiceren of verspreiden. Wanneer de uitgever van politieke reclame zich er op enigerlei wijze van bewust wordt dat een politieke reclameboodschap niet aan de transparantievereisten van deze verordening voldoet, bijvoorbeeld na een individuele kennisgeving, moet de uitgever alles in het werk stellen om de krachtens deze verordening vereiste informatie aan te vullen of te corrigeren. Wanneer de informatie niet onverwijld kan worden aangevuld of gecorrigeerd, mogen de uitgevers van politieke reclame de politieke reclameboodschap niet beschikbaar stellen of moeten zij de publicatie of publieke verspreiding van de politieke reclameboodschap die niet aan de transparantievereisten op grond van deze verordening voldoet, stilleggen. In dergelijke situaties moeten uitgevers van politieke reclame de betrokken aanbieders van politieke reclamediensten en, in voorkomend geval, de opdrachtgever in kennis stellen van de redelijke stappen die zijn ondernomen om aan de vereisten op grond van deze verordening te voldoen. De uitgever stelt de opdrachtgever of de dienstverlener die namens de opdrachtgever optreedt, in kennis van elk besluit dat in dit verband wordt genomen.

(64) Om ervoor te zorgen dat de uit hoofde van deze verordening vereiste informatie over politieke onlinereclame wordt gepubliceerd en dat alle belanghebbenden er daadwerkelijk toegang toe hebben, moet de Commissie, rechtstreeks of door deze verantwoordelijkheid toe te vertrouwen aan een beheersautoriteit, een openbaar register voor alle politieke onlinereclameboodschappen aanleggen en waarborgen, te weten het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen. Elke delegatie van bevoegdheden aan een beheersautoriteit is onderworpen aan de nodige aanpassingen van de regelgeving. Om de toegang tot informatie voor personen te vergemakkelijken, onder meer om het werk van belanghebbenden, zoals onderzoekers in hun specifieke rol, te vergemakkelijken, en om vrije en eerlijke verkiezingen of referenda en eerlijke verkiezingscampagnes te ondersteunen, onder meer door de opdrachtgevers van politieke reclameboodschappen te controleren en het politieke reclamelandschap te analyseren, moet dit register een functie omvatten die, gedurende een bepaalde periode en via één portaal, toegang mogelijk maakt tot politieke onlinereclame en tot de krachtens deze verordening vereiste informatie. Ter ondersteuning van uitgevers van politieke reclame die geen zeer grote onlineplatforms of zeer grote onlinezoekmachines zijn in de zin van Verordening (EU) 2022/2065, moet dat register een hostingdienst omvatten die ervoor zorgt dat de politieke onlinereclame en de informatie die daarmee kosteloos wordt gepubliceerd, gratis beschikbaar zijn. Deze uitgevers van politieke reclame moeten binnen een bepaalde termijn de nodige informatie beschikbaar stellen. Uitgevers en opdrachtgevers van politieke reclame moeten verantwoordelijk blijven voor de politieke reclameboodschappen en andere informatie die via het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen beschikbaar wordt gesteld, onder meer voor de volledigheid, de nauwkeurigheid en de actualisering ervan.

Om de doeltreffende werking van het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen te waarborgen, moeten aan de Commissie uitvoeringsbevoegdheden worden toegekend voor de vaststelling van uitvoeringshandelingen met gedetailleerde regelingen voor de werking van dat register. Die uitvoeringshandelingen moeten onder meer betrekking hebben op een gemeenschappelijke gegevensstructuur en een applicatieprogramma-interface, zodat de nodige informatie kan worden doorgegeven en uit het register kan worden opgevraagd, metagegevens om de indexering van politieke reclameboodschappen door onlinezoekmachines en de opname ervan in het register mogelijk te maken, en gestandaardiseerde authenticatieoplossingen met als doel om transparantie-informatie aan de politieke reclame te kunnen koppelen en versies van de informatie te kunnen authenticeren.

- (65) Bij het nakomen van hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening moeten aanbieders van politieke reclamediensten de grondrechten en andere rechten en legitieme belangen in acht nemen. Zo moeten aanbieders van politieke reclamediensten met name terdege rekening houden met de vrijheid van meningsuiting en van informatie, waaronder de vrijheid en pluriformiteit van de media.

- (66) Daarnaast moeten uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms of zeer grote onlinezoekmachines zijn in de zin van Verordening (EU) 2022/2065, ervoor zorgen dat voor elke politieke reclameboodschap de informatie in de transparantieverklaring beschikbaar wordt gesteld in de in artikel 39 van die verordening bedoelde reclameregisters en toegankelijk wordt gemaakt via het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen. Deze informatie moet beschikbaar worden gesteld vanaf de publicatie, bijgewerkt worden en worden verstrekt overeenkomstig een overeengekomen industriële norm voor toegankelijkheid, gegevensstructuur en toegang door middel van een gemeenschappelijke openbaar beschikbare applicatieprogramma-interface.
- (67) Wanneer de aanbieder van de politieke reclamedienst die de inhoud van een politieke reclameboodschap host of anderszins opslaat en aanbiedt, losstaat van de aanbieder van de politieke reclamedienst die de website of andere interface beheert waarop de politieke reclameboodschap uiteindelijk wordt weergegeven, moeten deze aanbieders samen worden beschouwd als uitgevers van politieke reclame, die met betrekking tot de specifieke dienst die zij verlenen elk hun eigen verantwoordelijkheid hebben om te waarborgen dat de labeling wordt verzorgd en dat de transparantieverklaring en de relevante informatie beschikbaar zijn. Hun contractuele regelingen moeten de naleving van deze verordening mogelijk maken.

(68) Informatie over de bedragen en de waarde van andere voordelen die geheel of ten dele in ruil voor politieke reclamediensten zijn ontvangen, kan een nuttige bijdrage leveren aan het politieke debat. Er moet voor worden gezorgd dat de jaarverslagen die door relevante uitgevers van politieke reclame worden opgesteld een gedegen overzicht van de politieke reclameactiviteiten bieden. Ter ondersteuning van het toezicht en de verantwoordingsplicht moet deze verslaglegging informatie bevatten over de uitgaven voor de targeting of de aanlevering van politieke reclame in de desbetreffende periode, geaggregeerd per campagne, en als relevante informatie die door andere entiteiten aan uitgevers van politieke reclame wordt verstrekt. Om onevenredige lasten te vermijden, mogen deze rapportageverplichtingen inzake transparantie niet van toepassing zijn op micro-, kleine en middelgrote ondernemingen die onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU vallen.

(69) Uitgevers van politieke reclame die politieke reclamediensten aanbieden, moeten mechanismen invoeren waarmee natuurlijke personen of rechtspersonen hun kunnen melden dat een bepaalde politieke reclameboodschap die zij hebben gepubliceerd, niet in overeenstemming is met deze verordening. Maatschappelijke organisaties, mensenrechten- en waakhondorganisaties, journalisten en andere belanghebbende entiteiten spelen in dit verband een cruciale rol. De mechanismen voor het melden van een dergelijke reclameboodschap moeten gemakkelijk toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn en worden aangepast aan de vorm van reclame die de uitgever van politieke reclame verspreidt. Voor zover mogelijk moeten deze mechanismen vanuit de reclameboodschap zelf toegankelijk zijn, bijvoorbeeld op de website van de uitgever van politieke reclame. Indien nodig moeten uitgevers van politieke reclame technische maatregelen nemen om minimumnormen voor IT-beveiliging te waarborgen, met inbegrip van maatregelen om geautomatiseerde kennisgeving te voorkomen. Uitgevers van politieke reclame moeten in voorkomend geval kunnen gebruikmaken van bestaande mechanismen. Wanneer uitgevers van politieke reclame bijvoorbeeld aanbieders van hostingdiensten in de zin van Verordening (EU) 2022/2065 zijn met betrekking tot de politieke reclameboodschappen die op verzoek van de ontvangers van hun diensten worden gehost, moeten de uitgevers van politieke reclame gebruik kunnen maken van de meldings- en actiemechanismen op grond van die verordening, voor kennisgevingen van niet-naleving van deze verordening in verband met dergelijke reclameboodschappen. Indien deze mechanismen niet beschikbaar zijn, moeten personen een dergelijke politieke reclameboodschap rechtstreeks kunnen melden aan de bevoegde autoriteiten.

- (70) Met het oog op een consistente toepassing van mechanismen om de kennisgeving van mogelijk niet-conforme politieke reclame mogelijk te maken, moet de Commissie richtsnoeren opstellen, met name ter ondersteuning van de opstelling van geschikte technische specificaties voor de mechanismen, afgestemd op audiovisuele en gedrukte media, alsook online- en offlinereclame.
- (71) Uitgevers van politieke reclame moeten de uit hoofde van deze verordening ontvangen meldingen op een zorgvuldige, niet-arbitraire en objectieve wijze onderzoeken en behandelen, zoals in deze verordening gespecificeerd. De uitgever van politieke reclame moet de ontvangst van de melding bevestigen en de natuurlijke of rechtspersoon die de melding heeft gedaan zo nodig in kennis stellen van de follow-up die eraan is gegeven, en informatie verstrekken over de verhaalmogelijkheden, mede, voor zover van toepassing, in het kader van Richtlijn (EU) 2020/1828 van het Europees Parlement en de Raad⁹, met betrekking tot de reclameboodschap waarop de melding betrekking heeft. Om ervoor te zorgen dat getroffen opdrachtgevers en aanbieders van politieke reclamediensten op de hoogte zijn van de gevolgen van meldingen, moet de uitgever van politieke reclame de betrokken opdrachtgevers of aanbieders van politieke reclamediensten ook in kennis stellen van alle relevante maatregelen die naar aanleiding van meldingen worden genomen. Om ervoor te zorgen dat die mechanismen in de laatste maand voorafgaand aan een verkiezing of een referendum dat bijzonder gevoelig ligt, doeltreffend functioneren, moeten uitgevers van politieke reclame die niet worden aangemerkt als micro-, kleine of middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU, de meldingen die zij ontvangen over een reclameboodschap in verband met die verkiezing of dat referendum, binnen 48 uur verwerken, op voorwaarde dat de melding volledig kan worden verwerkt op basis van de in de melding vervatte informatie.

⁹ Richtlijn (EU) 2020/1828 van het Europees Parlement en de Raad van 25 november 2020 betreffende representatieve vorderingen ter bescherming van de collectieve belangen van consumenten en tot intrekking van Richtlijn 2009/22/EG (PB L 409 van 4.12.2020, blz. 1).

- (72) Alle door een uitgever van politieke reclame genomen maatregelen moeten strikt afgebakend zijn, in die zin dat zij specifieke informatie die niet in overeenstemming is met deze verordening in allereerste instantie moeten corrigeren of aanvullen, en slechts in het uiterste geval moeten verwijderen. Daarbij moet de uitgever van politieke reclame de vrijheid van meningsuiting en van informatie, evenals andere grondrechten, naar behoren in aanmerking nemen.
- (73) Om bepaalde entiteiten in staat te stellen hun rol in democratieën te spelen, is het passend regels vast te stellen voor de toezending van de informatie die samen met de politieke reclameboodschap wordt gepubliceerd of in de transparantieverklaring is opgenomen, aan belanghebbende actoren zoals erkende onderzoekers, journalisten, maatschappelijke organisaties en erkende verkiezingswaarnemers, teneinde de uitoefening van hun respectieve rollen in het democratische proces te ondersteunen. Aanbieders van politieke reclamediensten mogen niet worden verplicht te reageren op verzoeken die onduidelijk of buitensporig zijn, of betrekking hebben op informatie die niet in hun bezit is. Voorts moet het de betrokken aanbieder van politieke reclamediensten worden toegestaan in geval van aanzienlijke kosten een redelijke vergoeding in rekening te brengen, uitgaande van de administratieve kosten van het verstrekken van de informatie.

(74) Om groepen of individuele kiezers of personen gericht te benaderen met politieke boodschappen en de impact daarvan te versterken, wordt steeds vaker gebruikgemaakt van persoonsgegevens die direct van personen zijn verkregen, indirect zijn verzameld – zoals waargenomen of afgeleide gegevens, waartoe personen worden gegroepeerd op basis van hun veronderstelde interesses – of zijn afgeleid uit onlineactiviteiten, gedragsprofilering en andere analysetechnieken. Op basis van de verwerking van persoonsgegevens, met name bijzondere categorieën persoonsgegevens krachtens Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725, kunnen verschillende groepen kiezers of personen worden gevormd en kan worden gebruikgemaakt van hun kenmerken of kwetsbaarheden, bijvoorbeeld door op specifieke momenten en op specifieke plaatsen reclameboodschappen te verspreiden die inspelen op ontvankelijkheid voor een bepaald soort informatie/boodschap. Dergelijke verwerking van persoonsgegevens heeft specifieke en schadelijke gevolgen voor de grondrechten en fundamentele vrijheden van personen, zoals het recht om eerlijk en gelijk te worden behandeld, niet te worden gemanipuleerd, objectieve informatie te ontvangen, hun mening te vormen, politieke beslissingen te nemen en hun stemrecht uit te oefenen. Dit is bovendien ongunstig voor het democratische proces, omdat het leidt tot een versnippering van het publieke debat over belangrijke maatschappelijke vraagstukken, een selectief bereik en uiteindelijk manipulatie van het electoraat. Het verhoogt ook het risico op de verspreiding van de manipulatie van informatie en buitenlandse inmenging. Misleidende of heimelijke politieke reclame vormt een risico omdat deze invloed uitoefent op de kernmechanismen die de werking van onze democratische samenleving mogelijk maken. Er moeten nieuwe beperkingen en voorwaarden worden vastgesteld, in aanvulling op die welke in Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/1725 zijn vastgesteld. De in deze verordening vastgestelde vereisten voor het in het kader van politieke reclame gebruikmaken van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, moeten worden gebaseerd op artikel 16 VWEU.

(75) Overeenkomstig het Unierecht moeten verwerkingsverantwoordelijken als gedefinieerd in artikel 4, punt 7, van Verordening (EU) 2016/679 ervoor zorgen dat individuele besluitvorming niet wordt beïnvloed door donkere patronen die doelbewust of feitelijk de autonome en geïnformeerde besluitvorming van de individuele personen substantieel verstoren of belemmeren, met inbegrip van het gebruik van vooraf aangevinkte vakjes en andere beïnvloedende en ondoorzichtige technieken die personen ertoe brengen of aanzetten bepaalde besluiten te nemen die zij anders niet zouden hebben genomen. Het systematische gebruik van donkere patronen, onduidelijke toestemmingsafspraken, misleidende informatie en onvoldoende tijd om de algemene voorwaarden te lezen, zijn gangbare praktijken om het voor individuele personen moeilijk te maken over duidelijke informatie te beschikken en controle te hebben in de context van de onlinereclamesector. Regels die donkere patronen voorkomen, mogen niet worden opgevat als een verbod voor verwerkingsverantwoordelijken om rechtstreeks met individuele personen te communiceren. Verwerkingsverantwoordelijken mogen individuele personen echter niet herhaaldelijk vragen om een keuze te maken die reeds is gemaakt, de procedure om hun toestemming in te trekken niet aanzienlijk omslachtiger maken dan die om hun toestemming te geven, bepaalde keuzes niet moeilijker of tijdrovender maken dan andere, en geen standaardinstellingen gebruiken die zeer moeilijk te wijzigen zijn en die de besluitvorming van de individuele personen onredelijk beïnvloedt op een manier die hun autonomie, besluitvorming of keuze verstoort en belemmert. Het mechanisme voor het verkrijgen van beslissingen van personen moet duidelijk en gemakkelijk te gebruiken zijn, en de relatieve zichtbaarheid van de alternatieven mag er niet op gericht zijn het besluit van de persoon te beïnvloeden. De in dit verband aan personen verstrekte informatie moet beknopt zijn, in duidelijke en begrijpelijke taal zijn opgesteld en gemakkelijk, opvallend en rechtstreeks beschikbaar zijn.

- (76) Uitgevers van politieke reclame die aanbieders of gebruikers van technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap zijn, moeten worden aangemoedigd om oplossingen aan te reiken die de mogelijkheid van discriminatie bij de aanlevering van politieke reclameboodschappen op basis van de verwerking van persoonsgegevens tot een minimum beperken.
- (77) Targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met profilering met behulp van speciale categorieën persoonsgegevens als bedoeld in Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/1725 moeten in het kader van politieke onlinereclame worden verboden. Het mag niet mogelijk zijn een beroep te doen op de uitzonderingen van artikel 9, lid 2, van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 2, van Verordening (EU) 2018/1725 bij het gebruik van die technieken in het kader van politieke onlinereclame. Dergelijke targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, met uitzondering van bijzondere categorieën persoonsgegevens, in het kader van politieke onlinereclame mogen alleen worden toegestaan als ze gebaseerd zijn op persoonsgegevens die van de betrokkenen zijn verzameld met hun uitdrukkelijke toestemming en die afzonderlijk voor politieke reclame worden verstrekt. Gezien de rol van politieke partijen, stichtingen, verenigingen of andere non-profitorganisaties in onze democratie, mogen dergelijke beperkingen geen afbreuk doen aan hun vermogen om met hun leden en voormalige leden te communiceren en informatie te verspreiden, zoals nieuwsbrieven, die verband houden met hun politieke activiteiten, wanneer deze uitsluitend gebaseerd zijn op abonnementsgegevens en door hen verstrekte persoonsgegevens. De Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725 zijn van toepassing op de verwerking van persoonsgegevens en uitdrukkelijke toestemming moet worden opgevat als toestemming in de zin van die verordeningen. Targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die onder de in deze verordening vastgestelde voorwaarden worden gebruikt, kunnen nuttig zijn voor de verspreiding van politieke reclame en informatie en voor het bereiken en informeren van burgers.

- (78) Verwerkingsverantwoordelijken mogen van derden verkregen persoonsgegevens niet gebruiken voor de targeting of aanlevering van politieke reclame. Om manipulatieve microtargeting te helpen voorkomen, is het van essentieel belang dat aanbieders van politieke reclamediensten specifieke maatregelen nemen om ervoor te zorgen dat de persoonsgegevens die met het oog op targeting en aanlevering van politieke reclame worden verzameld en verwerkt, beperkt blijven tot hetgeen noodzakelijk is in verband met dat doel, bijvoorbeeld door de beschikbaarheid van opties voor targeting en aanlevering van politieke reclame die aan afnemers van politieke reclame wordt aangeboden, te beperken tot degenen die slechts een combinatie van maximaal vijf categorieën nodig hebben.
- (79) Het vereiste dat targeting of aanlevering van politieke reclame niet gebaseerd mag zijn op profilering aan de hand van bijzondere categorieën persoonsgegevens, omvat profilering aan de hand van bijzondere categorieën persoonsgegevens die worden beoordeeld aan de hand van persoonsgegevens die zelf geen bijzondere categorieën persoonsgegevens zijn. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn wanneer een verwerkingsverantwoordelijke persoonsgegevens gebruikt die geen bijzondere categorieën persoonsgegevens zijn om betrokkenen in te delen als personen met bepaalde religieuze, levensbeschouwelijke of politieke overtuigingen, ongeacht of die indeling waar is. Het mag niet van belang zijn hoe de categorie wordt bestempeld indien uit de verwerking van persoonsgegevens een bijzondere categorie persoonsgegevens blijkt. Wanneer de gebruiker van een online aangeboden sociaal netwerk een bepaalde pagina bezoekt of gebruikmaakt van een app of een andere onlinefunctie of -dienst waarop een of meer van de in artikel 9, lid 1, van Verordening (EU) 2016/679 bedoelde categorieën betrekking hebben en, in voorkomend geval, persoonsgegevens verstrekt bij het registreren, plaatsen van een online bestelling of anderszins interageren met het sociale netwerk, moet de verwerking van persoonsgegevens door de exploitant van dat online aangeboden sociale netwerk worden beschouwd als “verwerking van bijzondere categorieën persoonsgegevens” in de zin van dat artikel, hetgeen in beginsel verboden is wanneer die gegevensverwerking het mogelijk maakt informatie te onthullen die onder een van die categorieën valt, ongeacht of die informatie een gebruiker van dat sociale netwerk of enige andere natuurlijke persoon betreft. Dit is het geval, ongeacht of de betrokkene ten tijde van de verzameling op de hoogte is gesteld van het voornemen om dergelijke gegevens te gebruiken voor targeting of aanlevering van politieke reclameboodschappen.

(80) Toestemming voor de verwerking van persoonsgegevens wordt gegeven en ingetrokken overeenkomstig de Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725. Deze toestemming moet worden gegeven door middel van een duidelijke actieve handeling of verklaring waarin een vrije, specifieke, geïnformeerde en ondubbelzinnige indicatie wordt gegeven van de instemming van de betrokkene met de verwerking van persoonsgegevens ten behoeve van politieke reclame. Bovendien moet toestemming, voor de toepassing van deze verordening, expliciet zijn en afzonderlijk worden gegeven voor politieke reclamedoeleinden. Voor de toepassing van deze verordening, met name wanneer toestemming voor de verwerking van persoonsgegevens voor de targeting of aanlevering van politieke reclameboodschappen wordt verkregen tijdens de verlening van een onlinedienst, moeten verwerkingsverantwoordelijken toestemming verkrijgen door de betrokkene een gebruiksvriendelijke oplossing te bieden om op expliciete, duidelijke en eenvoudige wijze toestemming te verstrekken, te wijzigen of in te trekken. Verwerkingsverantwoordelijken mogen interfaces niet zodanig ontwerpen, organiseren en exploiteren dat het vermogen van de betrokkene om vrijelijk toestemming te verlenen voor dat specifieke doel wordt misleid, gemanipuleerd of anderszins wezenlijk wordt verstoord of beperkt. Voor de toepassing van deze verordening kan het vereiste om toestemming te verkrijgen voor de verwerking van persoonsgegevens niet worden vermeden door vast te stellen dat de desbetreffende persoonsgegevens door de betrokkene voor het grote publiek toegankelijk zijn gemaakt. Het moet even gemakkelijk zijn om toestemming voor de verwerking van persoonsgegevens ten behoeve van de targeting of aanlevering van politieke reclame in te trekken als om die te geven. Het weigeren of intrekken van toestemming mag voor de betrokkene niet moeilijker of tijdrovender zijn dan het geven ervan. Elektronische signalen die wijzen op de wens van een persoon om geen politieke reclame te ontvangen, moeten in acht worden genomen.

- (81) In het licht van het arrest van het Hof van Justitie van 4 juli 2023 in zaak C-252/21¹⁰, Meta Platforms e.a. (Algemene gebruiksvoorwaarden van een online sociaal netwerk), moet het betrokkenen vrij staan om in het kader van politieke reclame hun toestemming voor bepaalde gegevensverwerkingsactiviteiten te weigeren, zonder dat zij verplicht zijn volledig af te zien van toegang tot een onlinedienst. Zoals het Hof van Justitie heeft geoordeeld, moet aan deze gebruikers een gelijkwaardig alternatief worden aangeboden dat niet gepaard gaat met dergelijke gegevensverwerkingsactiviteiten.
- (82) Zeer jonge mensen zijn een bijzonder kwetsbare groep die kan worden uitgebuit door middel van misbruik van targetingtechnieken en reclameaanleveringstechnieken. Hoewel zij nog geen stemrecht hebben, kan politieke reclame specifiek op hen worden gericht om het debat te manipuleren. Targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens van een betrokkene van wie met redelijke zekerheid bekend is dat deze persoon ten minste één jaar jonger is dan de volgens de nationale regels geldende kiesgerechtigde leeftijd, moeten daarom in het kader van politieke reclame verboden worden.
- (83) Met het oog op meer transparantie en verantwoordingsplicht moeten de verwerkingsverantwoordelijken bij het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap in het kader van politieke onlinereclame die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, voor aanvullende transparantievereisten zorgen. Dergelijke vereisten moeten onder meer de vaststelling omvatten van een beleidsplan waarin wordt beschreven hoe dergelijke technieken en de belangrijkste kenmerken worden gebruikt, alsook het bijhouden van een register van het gebruik ervan, het uitvoeren van een jaarlijkse risicobeoordeling van het gebruik van die technieken met betrekking tot de grondrechten en fundamentele vrijheden en het verstrekken, samen met een vermelding dat een reclame een politieke reclameboodschap betreft, van aanvullende informatie die de betrokken persoon nodig heeft om de logica te begrijpen.

¹⁰ Arrest van het Hof van Justitie van 4 juli 2023, Meta Platforms e.a. (Algemene gebruiksvoorwaarden van een online sociaal netwerk), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) De transparantie- en verantwoordingsvereisten moeten gelden voor alle verwerkingsverantwoordelijken, ongeacht of de verwerkingsverantwoordelijke in eigen hoedanigheid of samen met de aanbieder van politieke reclamediensten handelt, of dezelfde entiteit is als de uitgever van politieke reclame. Indien de verwerkingsverantwoordelijke verschilt van de uitgever van politieke reclame, moet de verwerkingsverantwoordelijke het interne beleid toezenden aan de uitgever van politieke reclame en ervoor zorgen dat andere informatie die nodig is voor de naleving van deze verordening tijdig en accuraat aan de uitgever van politieke reclame wordt meegedeeld.
- (85) Aanbieders van politieke reclamediensten moeten aan de uitgevers van politieke reclame de informatie toezenden die nodig is om aan hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening te voldoen. De toezending van dergelijke informatie zou op basis van normen kunnen worden geautomatiseerd en geïntegreerd in de normale bedrijfsprocessen.
- (86) Om personen in staat te stellen om hun rechten op het gebied van gegevensbescherming beter uit te oefenen, moeten uitgevers van politieke reclame de betrokkenen voorzien van aanvullende informatie en doeltreffende instrumenten die de uitoefening ondersteunen van hun rechten uit hoofde van het EU-rechtskader voor gegevensbescherming, waaronder het recht om hun persoonsgegevens te wijzigen of bezwaar te maken of hun toestemming in te trekken wanneer zij gericht worden benaderd met een politieke reclameboodschap. Deze informatie moet ook vanuit de transparantieverklaring gemakkelijk rechtstreeks toegankelijk zijn. De instrumenten die aan personen ter beschikking worden gesteld om de uitoefening van hun rechten te ondersteunen, moeten daadwerkelijk voorkomen dat politieke reclameboodschappen zich op een individuele persoon richten en moeten targeting op basis van specifieke criteria en door een of meer specifieke verwerkingsverantwoordelijken voorkomen.

- (87) De informatie die moet worden verstrekt overeenkomstig alle voorschriften die van toepassing zijn op het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap krachtens deze verordening, moet worden gepresenteerd in een formaat dat gemakkelijk toegankelijk, duidelijk zichtbaar en gebruiksvriendelijk is, onder meer door het gebruik van eenvoudige taal, en dat toegankelijk is voor personen met een handicap.
- (88) Het is passend regels vast te stellen voor de toezending van informatie over targeting en aanlevering van reclameboodschappen aan andere belanghebbende entiteiten. De toepasselijke regeling moet in overeenstemming zijn met de regeling voor de toezending van informatie in verband met de transparantievereisten.
- (89) In een derde land gevestigde aanbieders van politieke reclamediensten die diensten aanbieden in de Unie, moeten een gemachtigde wettelijke vertegenwoordiger in de Unie aanwijzen die geregistreerd is bij de in elke lidstaat aangewezen bevoegde autoriteit, zodat er doeltreffend op kan worden toegezien dat deze verordening door die aanbieders wordt nageleefd. De wettelijke vertegenwoordiger zou de vertegenwoordiger kunnen zijn die is aangewezen op grond van artikel 27 van Verordening (EU) 2016/679 of de wettelijke vertegenwoordiger die is aangewezen op grond van artikel 13 van Verordening (EU) 2022/2065. De lidstaten moeten een openbaar toegankelijk register bijhouden van alle wettelijke vertegenwoordigers die uit hoofde van deze verordening op hun grondgebied zijn geregistreerd, en de Commissie moet een openbaar toegankelijk portaal opzetten en onderhouden dat verbonden is met de door de lidstaten verstrekte websites. Gezien het belang van dat vereiste voor de doeltreffende handhaving van deze verordening met betrekking tot in een derde land gevestigde aanbieders van politieke reclamediensten en voor het behoud van een gelijk speelveld voor alle aanbieders van politieke reclamediensten op de interne markt, moeten de lidstaten, bij gebrek aan een aangewezen wettelijke vertegenwoordiger, passende maatregelen nemen om de naleving van deze verordening te waarborgen, onder meer door de publicatie of verspreiding van de desbetreffende politieke reclameboodschappen stop te zetten wanneer de naleving niet op andere wijze kan worden gewaarborgd.

- (90) In het belang van een doeltreffend toezicht op deze verordening moeten de toezichthoudende autoriteiten de bevoegdheid krijgen om de relevante regels te monitoren en te handhaven, en te waarborgen dat zij over de middelen beschikken die nodig zijn om hun taken krachtens deze verordening uit te voeren. Afhankelijk van het rechtsstelsel van elke lidstaat en overeenkomstig het vigerende Unierecht, met inbegrip van Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2022/2065, kunnen daartoe verschillende nationale gerechtelijke of administratieve instanties worden aangewezen.
- (91) Wat het toezicht op onlinetussenhandelsdiensten krachtens deze verordening betreft, moeten de lidstaten hiertoe bevoegde autoriteiten aanwijzen en ervoor zorgen dat dit toezicht coherent is met het toezicht door de bevoegde autoriteiten die zijn aangewezen op grond van artikel 49 van Verordening (EU) 2022/2065. De digitaledienstencoördinatoren die krachtens deze verordening zijn aangewezen, moeten in iedere lidstaat in elk geval verantwoordelijk zijn voor de coördinatie op nationaal niveau in verband met deze kwesties en, waar nodig, grensoverschrijdende samenwerking aangaan met andere digitaledienstencoördinatoren volgens de mechanismen van deze verordening. In het kader van de toepassing van deze verordening moet dit mechanisme beperkt blijven tot de nationale samenwerking tussen de digitaledienstencoördinatoren en mag niet overeenkomstig Verordening (EU) 2022/2065 op het niveau van de Unie worden geregeld. Voor zover de Commissie exclusief bevoegd is om de naleving door zeer grote onlineplatforms en zeer grote onlinezoekmachines in de zin van Verordening (EU) 2022/2065 van de in die verordening vastgestelde verplichtingen te controleren en te handhaven, moet zij nagaan of deze actoren voldoen aan hun verplichtingen met betrekking tot het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen.

- (92) Voor het toezicht op de aspecten van deze verordening die niet krachtens de Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725 onder de bevoegdheid van de toezichthoudende autoriteiten vallen, moeten de lidstaten bevoegde autoriteiten aanwijzen om de desbetreffende regels te controleren en te handhaven. Om de eerbiediging van de grondrechten en fundamentele vrijheden, de rechtsstaat en de democratische beginselen alsook het vertrouwen van het publiek in het toezicht op politieke reclame te ondersteunen, is het noodzakelijk dat deze autoriteiten onpartijdig zijn, structureel onafhankelijk zijn, dat wil zeggen vrij van inmenging van buitenaf of politieke druk, en dat zij naar behoren bevoegd zijn om effectief toezicht te houden op, en de nodige maatregelen te nemen ter waarborging van, de naleving van deze verordening, met name wat betreft het label en de transparantievereisten. Hoewel de lidstaten, met name de nationale regulerende instanties of organen krachtens artikel 30 van Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad¹¹ kunnen aanwijzen, zouden zij ook andere autoriteiten, zoals verkiezings- of gerechtelijke autoriteiten, kunnen aanwijzen.
- (93) Om de toezichthoudende autoriteiten bij te staan bij hun taken, moet de Commissie het Europees Comité voor gegevensbescherming verzoeken richtsnoeren uit te vaardigen voor de in artikel 51 van Verordening (EU) 2016/679 bedoelde toezichthoudende autoriteiten over de verwerking van bijzondere categorieën persoonsgegevens met het oog op de targeting of aanlevering van politieke reclameboodschappen, met inbegrip van de voorwaarden voor het verkrijgen van toestemming voor de targeting of aanlevering van politieke reclameboodschappen en de samenwerking tussen dergelijke autoriteiten en andere autoriteiten die verantwoordelijk zijn voor de toepassing en handhaving van de vereisten van deze verordening.

¹¹ Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) (PB L 95 van 15.4.2010, blz. 1).

- (94) Onafhankelijke toezichthoudende autoriteiten uit hoofde van Verordening (EU) 2016/679 moeten worden ondersteund om ten volle gebruik te kunnen maken van hun bevoegdheden uit hoofde van die verordening teneinde toezicht te houden op de bescherming van persoonsgegevens krachtens deze verordening, onder meer in het kader van de samenwerkingsprocedure, het coherentiemechanisme en met name de spoedprocedure. De periode voorafgaand aan verkiezingen of referenda is bijzonder belangrijk bij het voeren van politieke campagnes en bij het beïnvloeden van burgers om politieke meningen te vormen en hun stemrecht uit te oefenen. Die periode is ook bijzonder gevoelig voor inbreuken op de toepasselijke regels, omdat corrigerende maatregelen doorgaans vóór de verkiezingen moeten worden genomen om doeltreffend te zijn. Daarom kunnen inbreuken op de regels die van toepassing zijn op de verwerking van persoonsgegevens voor de targeting van politieke reclame in die periode bijzonder negatieve gevolgen hebben voor de rechten van burgers, waaronder hun vrijheid om zonder ongepaste beïnvloeding een mening te vormen en hun vrijheid van informatie. Om te zorgen voor een snel optreden ter bescherming van de rechten en vrijheden van personen tijdens de kritieke periode voordat er tijdens verkiezingen wordt gestemd, moeten de gegevensbeschermingsautoriteiten ervoor zorgen dat zij onmiddellijk kunnen optreden om de rechten van de betrokkenen af te dwingen. Daartoe moeten de gegevensbeschermingsautoriteiten gebruikmaken van het scala aan instrumenten waarin Verordening (EU) 2016/679 voorziet om samen te werken en elkaar bij te staan, in voorkomend geval met inbegrip van de spoedprocedure van artikel 66 van die verordening.
- (95) Hoewel de bevoegde autoriteiten die verantwoordelijk zijn voor de toepassing van deze verordening niet mogen afwijken van de besluiten die zijn genomen door de toezichthoudende autoriteiten die verantwoordelijk zijn voor de toepassing van Verordening (EU) 2016/679, als bedoeld in artikel 51 van die verordening, is het mogelijk dat die bevoegde autoriteiten voor de toepassing van deze verordening moeten beoordelen of politieke reclame in overeenstemming is met die verordening. Volgens artikel 4, lid 3, VEU moeten die bevoegde autoriteiten en toezichthoudende autoriteiten loyaal met elkaar samenwerken en hun respectieve bevoegdheden en competenties in acht nemen, teneinde de samenhang van de toepassing van beide verordeningen te waarborgen.

- (96) Voor zover het Unierecht reeds regels omvat met betrekking tot de informatieverstrekking aan bevoegde autoriteiten en de samenwerking met en tussen die autoriteiten, zoals artikel 9 van Verordening (EU) 2022/2065 of die van Verordening (EU) 2016/679, moeten die regels van overeenkomstige toepassing zijn op de desbetreffende bepalingen van deze verordening.
- (97) Ter ondersteuning van het doeltreffend toepassen van, toezicht houden op en handhaven van de bepalingen van deze verordening en onverminderd Verordeningen (EU) 2016/679, (EU) 2018/1725 en (EU) 2022/2065, moet worden vastgesteld welke bevoegde autoriteit verantwoordelijk moet zijn indien politieke reclamediensten in meer dan een lidstaat worden verleend of indien de aanbieder van politieke reclamediensten zijn hoofdactiviteiten verricht buiten de lidstaat waar zijn hoofdvestiging of aangewezen wettelijke vertegenwoordiger is gelegen. Indien een dienstverlener in meer dan één lidstaat politieke reclamediensten aanbiedt, moet(en) de bevoegde autoriteit(en) van de lidstaat waar de hoofdvestiging van de aanbieder van politieke reclamediensten is gevestigd, normaal gesproken verantwoordelijk zijn voor het doeltreffend toepassen van, toezicht houden op en handhaven van de bepalingen van deze verordening. Om te bepalen waar een aanbieder van politieke reclamediensten zijn hoofdvestiging heeft, moeten de bevoegde autoriteiten rekening houden met de plaats waar die aanbieder zijn hoofdkantoor of statutaire zetel heeft waar de voornaamste financiële functies en de operationele controle worden uitgeoefend.
- (98) Bij de uitoefening van hun toezichts- en handhavingsbevoegdheden moeten de bevoegde autoriteiten van alle lidstaten samenwerken en elkaar waar nodig bijstand verlenen. Indien een vermoedelijke inbreuk op deze verordening alleen betrekking heeft op de bevoegde autoriteit(en) van de plaats waar de aanbieder van politieke reclamediensten niet zijn hoofdvestiging heeft, moet(en) de betrokken bevoegde autoriteit(en) de ten aanzien van de hoofdvestiging bevoegde autoriteit daarvan in kennis stellen, die de zaak dienovereenkomstig moet beoordelen en, in voorkomend geval, de nodige onderzoeks- en handhavingsmaatregelen moet nemen.

- (99) Om de doeltreffende toepassing en handhaving van deze verordening in geval van grensoverschrijdende dienstverlening verder te vergemakkelijken moet het, ingeval een onderzoek naar een vermeende inbreuk op deze verordening betrekking heeft op de verlening van politieke reclamediensten in een of meer lidstaten waar de aanbieder niet zijn hoofdvestiging heeft, mogelijk zijn voor de ten aanzien van de hoofdvestiging bevoegde autoriteit om een gezamenlijk onderzoek op te starten en te leiden met deelname van de betrokken bevoegde autoriteit(en).
- (100) De autoriteiten die bevoegd zijn voor het toezicht op deze verordening moeten zowel op nationaal als op Unieniveau samenwerken en daarbij optimaal gebruikmaken van bestaande structuren, waaronder, in voorkomend geval, nationale samenwerkingsnetwerken, het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen als bedoeld in de aanbeveling van de Commissie van 12 september 2018 betreffende electorale samenwerkingsnetwerken, onlinetransparantie, bescherming tegen cyberincidenten en bestrijding van desinformatiecampagnes in het kader van de verkiezingen voor het Europees Parlement, de krachtens Verordening (EU) 2022/2065 opgerichte Europese Raad voor digitale diensten en de krachtens Richtlijn 2010/13/EU opgerichte Europese Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten. Deze samenwerking moet de snelle en veilige uitwisseling van informatie over kwesties die verband houden met de uitoefening van hun toezichts- en handhavingstaken uit hoofde van deze verordening vergemakkelijken, onder meer door gezamenlijk inbreuken vast te stellen, bevindingen en deskundigheid te delen en te overleggen over de toepassing en handhaving van de relevante regels.

- (101) Met het oog op een doeltreffende en gestructureerde samenwerking tussen alle bevoegde autoriteiten met betrekking tot alle aspecten van deze verordening moeten de door de lidstaten aangewezen nationale contactpunten op het niveau van de Unie periodiek bijeenkomen in het kader van het netwerk van nationale contactpunten. Om tot een betere samenwerking en uitwisseling van informatie en praktijken op het niveau van de Unie te komen, moet dat netwerk nauw samenwerken met het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen, de Europese Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten en andere relevante netwerken of organen.
- (102) Om de doeltreffende toepassing van de in deze verordening vastgelegde verplichtingen te vergemakkelijken, moeten de nationale autoriteiten de bevoegdheid krijgen om bij de aanbieders van politieke reclamediensten relevante informatie op te vragen over de transparantie van politieke reclameboodschappen. De aan de bevoegde autoriteiten toe te zenden informatie zou betrekking kunnen hebben op een reclamecampagne, jaarcijfers of specifieke reclameboodschappen. Om ervoor te zorgen dat aan verzoeken om dergelijke informatie op doeltreffende en efficiënte wijze kan worden voldaan en dat aanbieders van politieke reclamediensten niet worden geconfronteerd met onevenredige lasten, moeten bepaalde voorwaarden worden vastgesteld aan dergelijke verzoeken. Met name met het oog op passend toezicht op een verkiezingsproces moeten aanbieders van politieke reclamediensten op verzoeken van bevoegde autoriteiten snel reageren, dat wil zeggen uiterlijk binnen een vastgesteld termijn. In de laatste maand vóór een verkiezing of referendum moet een schending van die verplichtingen worden beschouwd als een negatieve en zeer ingrijpende aantasting van de rechten van de burger en moeten aanbieders van politieke reclamediensten daarom de gevraagde informatie binnen een korter vastgesteld termijn verstrekken. Aanbieders van politieke reclamediensten die worden aangemerkt als micro- of kleine ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1 en 2, van Richtlijn 2013/34/EU moeten de gevraagde informatie onverwijld en indien mogelijk voor de datum van de verkiezing of het referendum verstrekken. In het belang van de rechtszekerheid en overeenkomstig de rechten van de verdediging moeten verzoeken om informatie van een bevoegde autoriteit een toereikende motivering en informatie over het beschikbare verhaal bevatten.

Een dergelijke motivering is eventueel niet vereist wanneer de openbaarmaking van de redenen voor het verzoek om informatie het voorkomen, opsporen, onderzoeken en vervolgen van strafbare feiten of ernstige bestuursrechtelijke overtredingen duidelijk in gevaar zou brengen. De ernst van een bestuursrechtelijke overtreding die een dergelijke uitzondering rechtvaardigt, moet niet alleen worden bepaald door het bedrag van de boete of sanctie die uit hoofde van deze verordening kan worden opgelegd, maar ook door de negatieve gevolgen die dergelijke overtreding kan hebben voor een verkiezing of referendum, of een wet- of regelgevingsproces. Aanbieders van politieke reclamediensten moeten contactpunten aanwijzen voor overleg met de bevoegde autoriteiten. Dergelijke contactpunten kunnen elektronisch zijn. Uit vaste rechtspraak van het Hof van Justitie van de Europese Unie volgt dat de bescherming van natuurlijke en rechtspersonen tegen willekeurige of onevenredige ingrepen van de overheidsinstanties in de privésfeer van die personen een algemeen beginsel van het Unierecht vormt. Deze bescherming kan door een persoon worden ingeroepen als een door het Unierecht gewaarborgd recht, voor de toepassing van artikel 47, eerste alinea, van het Handvest, om in rechte op te komen tegen een voor hem bezwarende handeling, zoals een bevel tot het verstrekken van inlichtingen of een sanctie wegens niet-naleving van dat bevel.

- (103) De lidstaten moeten voor de toepassing van deze verordening een bevoegde autoriteit als nationaal contactpunt op het niveau van de Unie aanwijzen. Het contactpunt moet, indien mogelijk, lid zijn van het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen. Het nationale contactpunt moet de samenwerking tussen de bevoegde autoriteiten van de lidstaten bij hun toezichts- en handhavingstaken vergemakkelijken, met name in overleg met de nationale contactpunten in andere lidstaten en met andere bevoegde autoriteiten in de eigen lidstaat.

(104) De autoriteiten van de lidstaten moeten ervoor zorgen dat inbreuken door opdrachtgevers of aanbieders van politieke reclamediensten op de in deze verordening vastgelegde verplichtingen worden bestraft met boeten of financiële sancties of, in voorkomend geval, met andere rechtsmiddelen, waaronder dwangsommen. Daarbij moeten zij rekening houden met de aard, de ernst, de frequentie en de duur van de inbreuk, het algemeen belang, de omvang en de aard van de verrichte activiteiten, alsmede, indien van toepassing, de omvang en de economische draagkracht van de inbreukpleger. Voorts moeten de autoriteiten van de lidstaten in aanmerking nemen of de opdrachtgever of aanbieder van politieke reclamediensten systematisch of herhaaldelijk deze verplichtingen niet nakomt, bijvoorbeeld door informatie te laat aan belanghebbende entiteiten te verstrekken en, in voorkomend geval, of de aanbieder van politieke reclamediensten in verschillende lidstaten actief is. Sancties moeten in elk afzonderlijk geval doeltreffend, evenredig en afschrikkend zijn, met inachtneming van toereikende en toegankelijke procedurele waarborgen, en met name de noodzaak om ervoor te zorgen dat het politieke debat open en toegankelijk blijft. Bepaalde verplichtingen spelen een cruciale rol met het oog op de doeltreffende verwezenlijking van de doelstellingen van deze verordening en inbreuken op deze verplichtingen moeten als bijzonder ernstig worden beschouwd.

- (105) Personen of entiteiten moeten klachten kunnen indienen bij de bevoegde autoriteiten, zodat die in kennis worden gesteld van omstandigheden die een inbreuk op deze verordening kunnen vormen. Er zij aan herinnerd dat in dit verband ook andere administratieve procedures waarin het Unierecht voorziet, van toepassing kunnen zijn. Betrokkenen hebben bijvoorbeeld het recht om klachten in te dienen bij de krachtens Verordening (EU) 2016/679 aangewezen toezichthoudende autoriteiten wegens inbreuken in verband met de verwerking van hun persoonsgegevens. Bovendien is het voor personen of entiteiten ook mogelijk om bij de uit hoofde van Verordening (EU) 2022/2065 aangewezen digitaledienstencoördinatoren een klacht in te dienen tegen aanbieders van tussenhandelsdiensten wegens vermeende inbreuken op die verordening. Onverminderd die procedures of andere beschikbare administratieve procedures of voorzieningen in rechte moeten de bevoegde autoriteiten dergelijke klachten behandelen, onder meer door de klager in kennis te stellen van het gevolg dat daaraan is gegeven. Wanneer een bevoegde autoriteit in kennis wordt gesteld van een klacht die onder de bevoegdheid van een bevoegde autoriteit in een andere lidstaat valt, moet zij die klacht onverwijld doorsturen naar die bevoegde autoriteit.
- (106) Bij de uitoefening van hun bevoegdheden uit hoofde van deze verordening moeten de bevoegde autoriteiten onderworpen zijn aan passende procedurele waarborgen overeenkomstig het Unierecht en het lidstatelijke recht, waaronder doeltreffende voorzieningen in rechte en een eerlijke rechtsbedeling.
- (107) Om de naleving van deze verordening te ondersteunen, moeten dienstverleners en andere belanghebbende entiteiten tijdig gemakkelijk toegankelijke informatie krijgen over de data van verkiezingen en referenda. De lidstaten moeten daarom de data van hun verkiezingen en referenda en, in voorkomend geval, de data van hun verkiezingsperioden bekendmaken. Die informatie moet gemakkelijk toegankelijk zijn en tijdig worden verstrekt. Ook moeten zij die informatie onmiddellijk na de aankondiging van die datums openbaar maken op een door de Commissie beschikbaar gesteld portaal.

- (108) Ter ondersteuning van de effectieve uitvoering van deze verordening door de bevoegde nationale autoriteiten wordt de Commissie aangespoord waar nodig richtlijnen op te stellen inzake de identificatie van politieke reclame en de toepassing van sancties.
- (109) Teneinde de doelstellingen van deze verordening te verwezenlijken, moet aan de Commissie de bevoegdheid worden overgedragen om overeenkomstig artikel 290 VWEU handelingen vast te stellen met betrekking tot de informatie die in de transparantieverklaring moet worden opgenomen en met betrekking tot de informatie over het gebruik van targetingtechnieken en reclameaanleveringstechnieken. Het is van bijzonder belang dat de Commissie bij haar voorbereidende werkzaamheden tot passende raadplegingen overgaat, onder meer op deskundigenniveau, en dat die raadplegingen gebeuren in overeenstemming met de beginselen die zijn vastgelegd in het Interinstitutioneel Akkoord van 13 april 2016¹² over beter wetgeven. Met name om te zorgen voor gelijke deelname aan de voorbereiding van gedelegeerde handelingen ontvangen het Europees Parlement en de Raad alle documenten op hetzelfde tijdstip als de deskundigen van de lidstaten, en hebben hun deskundigen systematisch toegang tot de vergaderingen van de deskundigengroepen van de Commissie die zich bezighouden met de voorbereiding van de gedelegeerde handelingen.
- (110) Om eenvormige voorwaarden te waarborgen voor de uitvoering van deze verordening, moeten, zoals hierin bepaald, aan de Commissie uitvoeringsbevoegdheden worden toegekend. Die bevoegdheden moeten worden uitgeoefend in overeenstemming met Verordening (EU) nr. 182/2011 van het Europees Parlement en de Raad¹³.

¹² PB L 123 van 12.5.2016, blz. 1.

¹³ Verordening (EU) nr. 182/2011 van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 2011 tot vaststelling van de algemene voorschriften en beginselen die van toepassing zijn op de wijze waarop de lidstaten de uitoefening van de uitvoeringsbevoegdheden door de Commissie controleren (PB L 55 van 28.2.2011, blz. 13).

- (111) Binnen twee jaar na elke verkiezing voor het Europees Parlement moet de Commissie een openbaar verslag indienen over de evaluatie en toetsing van deze verordening. Bij het opstellen van dat verslag moet de Commissie ook rekening houden met de uitvoering van deze verordening in de context van andere verkiezingen en referenda in de Unie.
- (112) Daar de doelstellingen van deze verordening, namelijk de bijdrage aan de goede werking van de interne markt voor politieke reclame en aanverwante diensten en de vaststelling van regels inzake het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap in het kader van de publicatie en verspreiding van politieke reclame, niet voldoende door de lidstaten kunnen worden verwezenlijkt, maar beter door de Unie kunnen worden verwezenlijkt, kan de Unie, overeenkomstig het in artikel 5 VEU neergelegde subsidiariteitsbeginsel, maatregelen nemen. Overeenkomstig het in hetzelfde artikel neergelegde evenredigheidsbeginsel gaat deze verordening niet verder dan nodig is om die doelstellingen te verwezenlijken.

- (113) Deze verordening doet geen afbreuk aan de regels die met name zijn vastgelegd in Richtlijnen 2000/31/EG¹⁴, 2002/58/EG¹⁵, 2005/29/EG¹⁶, 2006/114/EG¹⁷, 2006/123/EG¹⁸, 2010/13/EU en 2011/83/EU¹⁹ en Verordening (EU) 2019/1150 van het Europees Parlement en de Raad²⁰, alsook Verordening (EU) 2022/2065, met inbegrip van de aansprakelijkheidsregels voor aanbieders van tussenhandelsdiensten in de artikelen 4, 5, 6 en 8 van die laatste verordening. Deze verordening moet een aanvulling vormen op het acquis van de Unie inzake gegevensbescherming, met name de Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725 en Richtlijn 2002/58/EG.

¹⁴ Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt (richtlijn inzake elektronische handel) (PB L 178 van 17.7.2000, blz. 1).

¹⁵ Richtlijn 2002/58/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie (richtlijn betreffende privacy en elektronische communicatie) (PB L 201 van 31.7.2002, blz. 37).

¹⁶ Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad (“Richtlijn oneerlijke handelspraktijken”) (PB L 149 van 11.6.2005, blz. 22).

¹⁷ Richtlijn 2006/114/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame (PB L 376 van 27.12.2006, blz. 21).

¹⁸ Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt (PB L 376 van 27.12.2006, blz. 36).

¹⁹ Richtlijn 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad van 25 oktober 2011 betreffende consumentenrechten, tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en van Richtlijn 1999/44/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 85/577/EEG van de Raad en van Richtlijn 97/7/EG van het Europees Parlement en de Raad (PB L 304 van 22.11.2011, blz. 64).

²⁰ Verordening (EU) 2019/1150 van het Europees Parlement en de Raad van 20 juni 2019 ter bevordering van billijkheid en transparantie voor zakelijke gebruikers van onlinetussenhandelsdiensten (PB L 186 van 11.7.2019, blz. 57).

(114) Overeenkomstig artikel 42, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725 is de Europese Toezichthouder voor gegevensbescherming geraadpleegd, en op 20 januari 2022 heeft hij een advies uitgebracht²¹,

HEBBEN DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

²¹ PB C 145 van 1.4.2022, blz. 12.

Hoofdstuk I

Algemene bepalingen

Artikel 1

Onderwerp en doelstellingen

1. Bij deze verordening worden vastgesteld:
 - a) geharmoniseerde regels, met inbegrip van transparantieplichtingen en daarmee verband houdende zorgvuldigheidsverplichtingen, voor het aanbieden van politieke reclame en aanverwante diensten, en, in voorkomend geval, voor opdrachtgevers, inzake het verzamelen, bewaren, openbaar maken en publiceren van informatie met betrekking tot het verlenen van dergelijke diensten op de interne markt;
 - b) geharmoniseerde regels voor het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens in het kader van het aanbieden van politieke onlinereclame;
 - c) regels voor het toezicht op en de handhaving van deze verordening, ook met betrekking tot de samenwerking van en coördinatie tussen de bevoegde autoriteiten.
2. Politieke standpunten en andere redactionele inhoud, ongeacht het medium waarin zij worden geuit, die onder de redactionele verantwoordelijkheid vallen, worden niet als politieke reclame aangemerkt, tenzij er sprake is van een specifieke betaling of een andere vergoeding voor, of in verband met, de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding ervan door derden.

3. Politieke meningen die op persoonlijke titel worden geuit, worden niet als politieke reclame beschouwd.
4. De doelstellingen van deze verordening zijn:
 - a) het bijdragen tot de goede werking van de interne markt voor politieke reclame en aanverwante diensten;
 - b) het beschermen van de grondrechten en vrijheden die in het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie zijn verankerd, met name het recht op privacy en de bescherming van persoonsgegevens.

Artikel 2

Toepassingsgebied

1. Deze verordening is van toepassing op politieke reclame wanneer de politieke reclameboodschap in de Unie wordt verspreid, in het publieke domein van een of meer lidstaten wordt gebracht of gericht is op Unieburgers, ongeacht de plaats van vestiging van de aanbieder van politieke reclamediensten of de verblijfplaats of plaats van vestiging van de opdrachtgever, en ongeacht de gebruikte middelen.
2. Deze verordening heeft geen gevolgen voor de inhoud van politieke reclameboodschappen of Unie- of nationale regels die andere aspecten in verband met politieke reclame regelen dan die welke onder deze verordening vallen, met inbegrip van de regels inzake de organisatie, de financiering en het voeren van politieke campagnes, de regels inzake algemene verboden of beperkingen ten aanzien van politieke reclame gedurende bepaalde perioden, en, in voorkomend geval, de regels inzake verkiezingsperioden.

3. Deze verordening is van toepassing onverminderd de regels die zijn vastgelegd bij:
- a) Richtlijn 2000/31/EG;
 - b) Richtlijn 2002/58/EG;
 - c) Richtlijn 2005/29/EG;
 - d) Richtlijn 2006/114/EG;
 - e) Richtlijn 2006/123/EG;
 - f) Richtlijn 2010/13/EU;
 - g) Richtlijn 2011/83/EU;
 - h) Verordening (EU) 2019/1150;
 - i) Verordening (EU) 2022/2065.

Artikel 3
Definities

Voor de toepassing van deze verordening wordt verstaan onder:

- 1) “dienst”: elke economische activiteit, anders dan in loondienst, die gewoonlijk tegen vergoeding geschiedt, zoals bedoeld in artikel 57 VWEU;
- 2) “politieke reclame”: de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding, op welke wijze dan ook, van een boodschap die gewoonlijk tegen vergoeding of via interne activiteiten of in het kader van een politieke reclamecampagne wordt overgebracht:
 - a) door, voor of namens een politieke actor, tenzij het om een zuiver particuliere of commerciële boodschap gaat; of
 - b) die van invloed kan zijn op en bedoeld is om het resultaat van een verkiezing of referendum, stemgedrag of een wetgevings- of regelgevingsproces op Unie-, nationaal, regionaal of lokaal niveau te beïnvloeden;

en niet bestaat uit:

- i) berichten van lidstaten of de Unie die afkomstig zijn van officiële bronnen en die zich strikt beperken tot de organisatie van en de voorwaarden voor deelname aan verkiezingen of referenda, waaronder de kandidaatstellingen en de in het referendum gestelde vraag, of voor de bevordering van de deelname aan verkiezingen of referenda;

- ii) publieke communicatie die tot doel heeft om het publiek door, voor of namens een overheidsinstantie van een lidstaat of door, voor of namens de Unie, alsook door, voor of namens leden van de regering van een lidstaat, officieel voor te lichten, mits deze communicatie niet van invloed is op en niet bedoeld is om het resultaat van een verkiezing of referendum, stemgedrag of een wet- of regelgevingsproces te beïnvloeden; en
 - iii) de presentatie van kandidaten in bepaalde openbare ruimten of in de media, waarin uitdrukkelijk bij wet is voorzien en die kosteloos wordt uitgevoerd, onder waarborging van gelijke behandeling van de kandidaten;
- 3) “politieke reclameboodschap”: een geval van politieke reclame die op enigerlei wijze wordt gepubliceerd, aangeleverd of verspreid;
- 4) “politieke actor”:
- a) een politieke partij als gedefinieerd in artikel 2, punt 1, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 of een entiteit die direct of indirect verband houdt met het werkterrein van een dergelijke politieke partij;
 - b) een politieke alliantie als gedefinieerd in artikel 2, punt 2, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014;
 - c) een Europese politieke partij als gedefinieerd in artikel 2, punt 3, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014;

- d) een kandidaat voor of houder van een gekozen functie op Unie-, nationaal, regionaal of lokaal niveau, of voor een leidinggevende functie binnen een politieke partij;
 - e) een lid van instellingen van de Unie, met uitzondering van het Hof van Justitie van de Europese Unie, de Europese Centrale Bank en de Europese Rekenkamer, of van een regering van een lidstaat op nationaal, regionaal of lokaal niveau;
 - f) een politieke campagneorganisatie met of zonder rechtspersoonlijkheid, uitsluitend opgericht om het resultaat van een verkiezing of referendum te beïnvloeden;
 - g) elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die een van de in de punten a) tot en met f) bedoelde personen of organisaties vertegenwoordigt en namens een dergelijke personen of organisaties optreedt, en die de politieke doelstellingen van dergelijke personen of organisaties promoot;
- 5) “politieke reclamedienst”: een dienst die politieke reclame omvat, met uitzondering van een online “tussenhandelsdienst” als gedefinieerd in artikel 3, punt g), van Verordening (EU) 2022/2065, die wordt verleend zonder vergoeding voor de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van de specifieke boodschap;
- 6) “aanbieder van politieke reclamediensten”: een natuurlijke of rechtspersoon die zich bezighoudt met het aanbieden van politieke reclamediensten, met uitzondering van louter ondersteunende diensten;
- 7) “politieke reclamecampagne”: de productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding van een reeks gerelateerde politieke reclameboodschappen in het kader van een overeenkomst inzake politieke reclame, op basis van gemeenschappelijke opstelling, sponsoring of financiering;

- 8) “zeer groot onlineplatform”: een onlineplatform dat is aangemerkt als een zeer groot onlineplatform op grond van artikel 33, lid 4, van Verordening (EU) 2022/2065;
- 9) “zeer grote onlinezoekmachine”: een onlinezoekmachine die is aangemerkt als een zeer grote onlinezoekmachine op grond van artikel 33, lid 4, van Verordening (EU) 2022/2065;
- 10) “opdrachtgever”: de natuurlijke persoon of rechtspersoon op wiens verzoek of namens wie een politieke reclameboodschap wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, aangeleverd of verspreid;
- 11) “targetingtechnieken”: technieken die worden gebruikt om een politieke reclameboodschap alleen op een specifieke persoon of groep personen te richten of om deze op basis van de verwerking van persoonsgegevens uit te sluiten;
- 12) “technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap”: optimaliseringstechnieken die worden gebruikt om de verspreiding, het bereik of de zichtbaarheid van een politieke reclameboodschap op basis van de geautomatiseerde verwerking van persoonsgegevens te vergroten en die kunnen dienen om alleen de politieke reclameboodschap op een specifieke persoon of groep personen te richten;
- 13) “uitgever van politieke reclame”: een aanbieder van politieke reclamediensten die politieke reclame publiceert, aanlevert of verspreidt via om het even welke media;
- 14) “verwerkingsverantwoordelijke”: een “verwerkingsverantwoordelijke” als gedefinieerd in artikel 4, punt 7, van Verordening (EU) 2016/679 of, in voorkomend geval, als gedefinieerd in artikel 3, punt 8, van Verordening (EU) 2018/1725.

Artikel 4
Internemarktbeginsel

1. Om redenen die verband houden met de transparantie van politieke reclame mogen de lidstaten geen bepalingen of maatregelen handhaven of invoeren die afwijken van de bepalingen van deze verordening.
2. Het verlenen van politieke reclamediensten mag niet worden verboden of beperkt, ook niet geografisch, om redenen die verband houden met transparantie, wanneer aan de voorschriften van deze verordening wordt voldaan.

Artikel 5
Verlening van politieke reclamediensten in de Unie

1. Aanbieders van politieke reclamediensten leggen geen discriminerende beperkingen op aan de verlening van hun diensten uitsluitend op grond van de verblijfplaats of de plaats van vestiging van de opdrachtgever.

Aanbieders van politieke reclamediensten beperken de verlening van hun diensten aan een “Europese politieke partij” als gedefinieerd in artikel 2, punt 3, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 of aan een fractie in het Europees Parlement niet uitsluitend op basis van haar plaats van vestiging.

2. Onverminderd strengere nationale regels worden in de laatste drie maanden voorafgaand aan een verkiezing die of een referendum dat op Unie-, nationaal, regionaal of lokaal niveau in een lidstaat wordt georganiseerd, politieke reclamediensden in verband met die verkiezing of dat referendum alleen verleend aan een opdrachtgever of een namens een opdrachtgever optredende dienstverlener die verklaart:
- a) een burger van de Unie te zijn; of
 - b) een onderdaan van een derde land te zijn die permanent in de Unie verblijft en stemrecht heeft bij die verkiezing of dat referendum overeenkomstig het nationale recht van de lidstaat van verblijf; of
 - c) een in de Unie gevestigde rechtspersoon te zijn die niet uiteindelijk het eigendom is of onder zeggenschap staat van een onderdaan van een derde land, met uitzondering van de in punt b) bedoelde onderdanen van derde landen, of van een in een derde land gevestigde rechtspersoon.

Hoofdstuk II

Transparantie- en zorgvuldigheidsverplichtingen voor politieke reclamediensten

Artikel 6

Transparantie- en zorgvuldigheidsverplichtingen voor politieke reclamediensten

1. Politieke reclamediensten worden op transparante wijze aangeboden overeenkomstig de verplichtingen van dit artikel, de artikelen 7 tot en met 17 en artikel 21.
2. Aanbieders van politieke reclamediensten zorgen ervoor dat in de contractuele regelingen voor het verstrekken van een politieke reclamedienst de naleving van de relevante bepalingen van deze verordening, onder meer deze inzake de toewijzing van verantwoordelijkheid en de volledigheid en nauwkeurigheid van informatie, mogelijk wordt gemaakt.

Artikel 7

Identificatie van politieke reclamediensten

1. Een aanbieder van reclamediensten vraagt opdrachtgevers, en aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden, mee te delen of de reclamedienst die zij van de aanbieder van reclamediensten verlangen, een politieke reclamedienst in de zin van artikel 3, punt 5, betreft en of zij aan de vereisten van artikel 5, lid 2, voldoen. Opdrachtgevers, en aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden, leggen dergelijke verklaringen naar waarheid af en zijn verantwoordelijk voor de nauwkeurigheid ervan.

2. Aanbieders van politieke reclamediensten zorgen ervoor dat in de contractuele regelingen voor het verstrekken van een politieke reclamedienst wordt gespecificeerd dat de opdrachtgever of aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden de verklaring overeenkomstig lid 1 van dit artikel afleggen en de relevante informatie verstrekken die nodig is om te voldoen aan artikel 9, lid 1, artikel 11, lid 1, en artikel 12, lid 1. Die informatie wordt volledig, accuraat en onverwijld verstrekt.
3. Opdrachtgevers verstrekken de informatie die de aanbieders van politieke reclamediensten nodig hebben om te voldoen aan artikel 9, lid 1, punten a), d), e) en f), artikel 11, lid 1, punten a) tot en met d), en artikel 12, lid 1, punten a), b), c), e), h) en k), vóór of tijdens de periode van publicatie, aanlevering of verspreiding van de politieke reclameboodschap, en waarborgen de nauwkeurigheid van die informatie.

Wanneer een opdrachtgever of een namens een opdrachtgever optredende aanbieder van reclamediensten merkt dat de door hem verstrekte informatie is gewijzigd, zorgt die opdrachtgever of aanbieder ervoor dat geactualiseerde informatie tijdig, volledig en accuraat aan de betrokken aanbieder van politieke reclamediensten wordt verstrekt.

Indien een opdrachtgever of een namens een opdrachtgever optredende aanbieder van reclamediensten merkt dat de aan de uitgever van politieke reclame verstrekte of door de uitgever van politieke reclame gepubliceerde informatie onvolledig of onnauwkeurig is, neem die opdrachtgever of aanbieder onverwijld contact op met de betrokken uitgever van politieke reclame en verstrekt die opdrachtgever of aanbieder die uitgever van politieke reclame aangevulde of gecorrigeerde informatie.

4. Aanbieders van politieke reclamediensten verzoeken opdrachtgevers of namens opdrachtgevers optredende aanbieders van reclamediensten die overeenkomstig dit artikel een verklaring of informatie indienen die kennelijk onjuist is, deze verklaring of informatie te corrigeren. Opdrachtgevers of namens opdrachtgevers optredende aanbieders van reclamediensten voeren dergelijke correcties onverwijld door en zorgen ervoor dat die correcties volledig en accuraat zijn.
5. Aanbieders van politieke reclamediensten die gebruikmaken van een online-interface zorgen ervoor dat die online-interface zodanig is ontworpen en opgezet dat opdrachtgevers en namens opdrachtgevers optredende aanbieders van reclamediensten hun verplichtingen overeenkomstig lid 1 van dit artikel en artikel 9, lid 1, gemakkelijker kunnen naleven.

Artikel 8

Identificatie van een politieke reclameboodschap

1. Om te bepalen of een boodschap politieke reclame vormt in de zin van artikel 3, punt 2, b), wordt rekening gehouden met alle relevante kenmerken ervan, waaronder:
 - a) de inhoud van de boodschap;
 - b) de opdrachtgever van de boodschap;
 - c) de taal waarin de boodschap is opgesteld;
 - d) de context waarin de boodschap wordt overgebracht, zoals de periode van verspreiding;
 - e) de wijze waarop de boodschap wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd, afgeleverd of verspreid;
 - f) het doelpubliek;
 - g) het doel van de boodschap.
2. De Commissie stelt gemeenschappelijke richtsnoeren op om bij te dragen aan de correcte toepassing van dit artikel.

Artikel 9
Bijhouden van registers

1. Voor zover dat nodig is om aan deze verordening te voldoen, bewaren aanbieders van politieke reclamediensten de informatie die zij bij het aanbieden van hun diensten verzamelen over:
 - a) de politieke reclameboodschap of de politieke reclamecampagne waarmee de dienst(en) verband houdt of houden;
 - b) de specifieke dienst of diensten die zij in verband met de politieke reclame hebben verleend;
 - c) de bedragen die zij in rekening hebben gebracht voor de door hen verrichte dienst of diensten, en de waarde van andere voordelen die zij geheel of ten dele voor de verrichte dienst of diensten hebben ontvangen;
 - d) de informatie over de publieke of private oorsprong van die bedragen en andere voordelen als bedoeld in punt c), en over de vraag of deze afkomstig zijn van binnen of buiten de Unie;
 - e) de identiteit en de contactgegevens van de opdrachtgever van de politieke reclameboodschap en, indien van toepassing, de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever en, in het geval van rechtspersonen, de plaats van vestiging; en
 - f) indien van toepassing, een vermelding van de verkiezing, het referendum of het wet- of regelgevingsproces waarmee de politieke reclameboodschap verband houdt.

2. Aanbieders van politieke reclamediensten leveren redelijke inspanningen om ervoor te zorgen dat de informatie die wordt bewaard op grond van lid 1 volledig en accuraat is.
3. De in lid 1 bedoelde informatie wordt schriftelijk of in elektronische vorm bewaard. Deze informatie wordt in een machineleesbaar formaat bewaard gedurende een periode van zeven jaar vanaf de datum van de laatste productie, plaatsing, promotie, publicatie, aanlevering of verspreiding, al naargelang van het geval.
4. Dit artikel is niet van toepassing op micro-ondernemingen die vallen onder artikel 3, lid 1, van Richtlijn 2013/34/EU, indien het verrichten van reclamediensten louter marginaal en bijkomstig is ten opzichte van hun hoofdactiviteiten.

Artikel 10

Verstrekking van informatie aan de uitgever van politieke reclame

1. Aanbieders van politieke reclamediensten zorgen ervoor dat de in artikel 9, lid 1, bedoelde informatie tijdig, volledig en accuraat wordt verstrekt aan uitgevers van politieke reclame, zodat zij hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening kunnen nakomen.

Elke aanbieder van politieke reclamediensten verstrekt gedurende de levering van de betrokken dienst en overeenkomstig de beste praktijken en de normen van de sector en, voor zover dit technisch mogelijk is, via een gestandaardiseerd geautomatiseerd proces de in de eerste alinea bedoelde informatie.

Indien de uitgever van politieke reclame de enige aanbieder van politieke reclamediensten is, verstrekt de opdrachtgever de betrokken informatie aan de uitgever van politieke reclame.

2. Wanneer een aanbieder van politieke reclamediensten merkt dat de door hem verstrekte informatie is gewijzigd, zorgt deze aanbieder ervoor dat bijgewerkte informatie wordt verstrekt aan de betrokken uitgever van politieke reclame.

Artikel 11

Transparantie- en labelingvereisten voor elke politieke reclameboodschap

1. Uitgevers van politieke reclame zorgen ervoor dat elke politieke reclameboodschap op duidelijke, opvallende en ondubbelzinnige wijze samen met de volgende informatie beschikbaar wordt gesteld:
 - a) een mededeling dat het om een politieke reclameboodschap gaat;
 - b) de identiteit van de opdrachtgever van de politieke reclameboodschap en, indien van toepassing, de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever;
 - c) indien van toepassing, de verkiezing, het referendum of het wet- of regelgevingsproces waarmee de politieke reclameboodschap verband houdt;
 - d) indien van toepassing, een verklaring dat de politieke reclameboodschap gepaard is gegaan met targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap;
 - e) een transparantieverklaring die de in artikel 12, lid 1, bedoelde informatie bevat, of een duidelijke aanduiding van de plaats waar deze gemakkelijk en direct te vinden is.
2. Uitgevers van politieke reclame zien erop toe dat de in lid 1 bedoelde informatie volledig is. Uitgevers van politieke reclame zien erop toe dat informatie over waar de in lid 1, punt e), bedoelde transparantieverklaring te vinden is, correct is.

3. De in lid 1 bedoelde informatie wordt beschikbaar gesteld in de vorm van labels die aangepast zijn aan het gebruikte medium.

Die labels zijn opvallend, stellen personen in staat een politieke reclameboodschap gemakkelijk als zodanig te herkennen en blijven aanwezig wanneer een politieke reclameboodschap verder wordt verspreid.

4. Uiterlijk op ... [15 maanden vanaf de datum van inwerkingtreding van deze verordening] stelt de Commissie uitvoeringshandelingen tot vaststelling van het formaat en het model van de in lid 3 bedoelde labels vast. Die uitvoeringshandelingen zorgen ervoor dat de labels aangepast zijn het gebruikte medium, onder meer voor audiovisuele en gedrukte media, alsook online- en offlinereclame, rekening houdend met de specifieke kenmerken van dat medium, alsook met de recentste technologische en marktontwikkelingen, relevant wetenschappelijk onderzoek en beste praktijken.

Die uitvoeringshandelingen worden volgens de in artikel 29, lid 2, bedoelde onderzoeksprocedure vastgesteld.

5. De lidstaten, met inbegrip van de bevoegde autoriteiten, en de Commissie moedigen de opstelling aan van vrijwillige gedragscodes die moeten bijdragen tot de juiste toepassing van dit artikel, met in achtneming van de specifieke kenmerken van de betrokken dienstverleners en de specifieke behoeften van micro-, kleine en middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU.

Artikel 12
Transparantieverklaringen

1. Uitgevers van politieke reclame zorgen ervoor dat de in artikel 11, lid 1, punt e), bedoelde transparantieverklaring de volgende informatie bevat:
 - a) de identiteit van de opdrachtgever en, indien van toepassing, van de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever, met inbegrip van hun naam, e-mailadres en, indien openbaar gemaakt, hun postadres, en, indien de opdrachtgever geen natuurlijke persoon is, het adres waar hij zijn plaats van vestiging heeft;
 - b) de krachtens punt a) vereiste informatie over de natuurlijke of rechtspersoon die in ruil voor de politieke reclameboodschap een vergoeding verstrekt, indien deze persoon niet de opdrachtgever of de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever is;
 - c) de periode waarin de politieke reclameboodschap zal worden gepubliceerd, aangeleverd of verspreid;
 - d) de totale bedragen en de totale waarde van andere voordelen die de aanbieders van politieke reclamediensten hebben ontvangen, met inbegrip van de voordelen die de uitgever geheel of gedeeltelijk heeft ontvangen voor de politieke reclamediensten en, in voorkomend geval, voor de politieke reclamecampagne;

- e) informatie over de publieke of private oorsprong van die bedragen en andere voordelen als bedoeld in punt d), en over de vraag of ze van binnen of buiten de Unie afkomstig zijn;
- f) de methode die is gebruikt voor de berekening van de in punt d) bedoelde bedragen en waarde;
- g) in voorkomend geval, een vermelding van verkiezingen of referenda en wet- of regelgevingsprocessen waarmee de politieke reclameboodschap verband houdt;
- h) indien de politieke reclameboodschap verband houdt met specifieke verkiezingen of referenda, links naar officiële informatie over de voorwaarden voor deelname aan de verkiezing of het referendum in kwestie;
- i) indien van toepassing, links naar het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen als bedoeld in artikel 13;
- j) informatie over de mechanismen als bedoeld in artikel 15, lid 1;
- k) indien van toepassing, of een eerdere publicatie van de politieke reclameboodschap of van een eerdere versie ervan is opgeschort of stopgezet wegens een inbreuk op deze verordening;
- l) indien van toepassing, een verklaring dat de politieke reclameboodschap gepaard is gegaan met targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap op basis van het gebruik van persoonsgegevens, met inbegrip van de in artikel 19, lid 1, punten c) en e), bedoelde informatie;
- m) indien van toepassing en technisch haalbaar, het bereik van de politieke reclameboodschap qua aantal views van en interacties met de politieke reclameboodschap.

2. De uitgevers van politieke reclame zien erop toe dat de in lid 1 bedoelde informatie volledig is.

De uitgevers van politieke reclame zien vóór en tijdens de periode van publicatie, aanlevering of verspreiding van de politieke reclameboodschap toe op de juistheid van de informatie van lid 1, punten onder d), f), i), j) en m).

Indien de aanbieder van politieke reclamediensten merkt dat de aan de uitgever van politieke reclame toegezonden of door de uitgever van politieke reclame gepubliceerde informatie onvolledig of onjuist is, neemt deze aanbieder onverwijld contact op met de betrokken uitgever van politieke reclame en zendt deze aanbieder die uitgever van politieke reclame aangevulde of gecorrigeerde informatie toe.

Indien de uitgever van politieke reclame op enigerlei wijze merkt dat de in artikel 11, lid 1, en de in lid 1 van dit artikel bedoelde informatie onvolledig of onjuist is, stelt de uitgever alles in het werk, onder meer door contact op te nemen met de opdrachtgever of de aanbieders van politieke reclamediensten, om die informatie onverwijld aan te vullen of te corrigeren.

Indien de informatie niet onverwijld kan worden aangevuld of gecorrigeerd, stelt de uitgever van politieke reclame de politieke reclameboodschap niet ter beschikking of stopt de uitgever onverwijld de publicatie, aanlevering of verspreiding van de politieke reclameboodschap.

De uitgever van politieke reclame stelt de betrokken opdrachtgevers of aanbieders van politieke reclamediensten onverwijld in kennis van besluiten uit hoofde van de vijfde alinea van dit lid.

3. De transparantieverklaringen worden in elke politieke reclameboodschap opgenomen of zijn te allen tijde gedurende de periode van publicatie van de politieke reclameboodschap gemakkelijk te vinden.

De transparantieverklaringen worden gedurende de gehele periode van publicatie van de politieke reclameboodschap geactualiseerd, en worden gepresenteerd in een gemakkelijk toegankelijk formaat en, tenminste als de politieke reclameboodschap elektronisch beschikbaar wordt gesteld, in een machineleesbaar formaat. Ze worden opgesteld in de taal van de politieke reclameboodschap. Uitgevers van politieke reclame die diensten aanbieden in de Unie, zorgen ervoor dat de transparantieverklaringen voldoen aan de toepasselijke toegankelijkheidsvoorschriften, onder meer, indien technisch haalbaar, door de informatie via meer dan één zintuiglijk kanaal beschikbaar te stellen.

De transparantieverklaringen zijn duidelijk zichtbaar en gebruiksvriendelijk, mede door het gebruik van eenvoudige taal.

4. Uitgevers van politieke reclame bewaren hun transparantieverklaringen, samen met eventuele wijzigingen daarvan, gedurende een periode van zeven jaar na de laatste publicatie van de betreffende politieke reclameboodschap.
5. Lid 4 van dit artikel is niet van toepassing op micro-ondernemingen die vallen onder artikel 3, lid 1, van Richtlijn 2013/34/EU, mits het verrichten van reclamediensten louter marginaal en bijkomstig is ten opzichte van hun hoofdactiviteiten.

6. De Commissie is bevoegd overeenkomstig artikel 28 gedelegeerde handelingen vast te stellen om deze verordening te wijzigen door punten toe te voegen aan de lijst van punten in lid 1 van dit artikel en door lid 1, punt f), van dit artikel te wijzigen in het licht van technologische ontwikkelingen, marktpraktijken, relevant wetenschappelijk onderzoek, ontwikkelingen inzake het toezicht door de bevoegde autoriteiten en relevante richtsnoeren als vastgesteld door de bevoegde instanties, mits een dergelijke wijziging noodzakelijk is voor een goed begrip van de bredere context en de doelstellingen van de politieke reclameboodschap.

7. Uiterlijk op ... [15 maanden vanaf de datum van inwerkingtreding van deze verordening] stelt de Commissie uitvoeringshandelingen vast om het formaat van en technische specificaties voor de transparantieverklaring vast te stellen om ervoor te zorgen dat deze aan het gebruikte medium aangepast is, onder meer voor audiovisuele en gedrukte media, alsook online- en offline-reclame, rekening houdend met de recentste technologische en marktontwikkelingen, relevant wetenschappelijk onderzoek en beste praktijken en de specifieke behoeften van micro-, kleine en middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU.

Die uitvoeringshandelingen worden volgens de in artikel 29, lid 2, bedoelde onderzoeksprocedure vastgesteld.

Artikel 13

Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen

1. De Commissie zet een Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen (het “Europees register”) op, dat een openbaar register is voor alle politieke onlinereclameboodschappen die in de Unie worden gepubliceerd of gericht zijn aan burgers van de Unie of ingezetenen van de Unie, en zorgt, rechtstreeks of door deze verantwoordelijkheid toe te vertrouwen aan een beheersinstantie, voor het beheer ervan. Dat register omvat:
 - a) een functionaliteit die het publiek toegang biedt tot online politieke reclameboodschappen, samen met de in artikel 12, lid 1, bedoelde door de uitgevers van politieke reclame verstrekte informatie over elke politieke onlinereclameboodschappen vanaf het moment van de eerste publicatie ervan; de informatie is beschikbaar in een machineleesbaar formaat, kan worden doorzocht aan de hand van zoekopdrachten met meerdere criteria en is openbaar toegankelijk via één enkel portaal;
 - b) een hostingdienst die ervoor zorgt dat politieke onlinereclame en de daarbij gepubliceerde informatie als bedoeld in artikel 12, lid 1, beschikbaar zijn gedurende de hele periode waarin de politieke reclameboodschap wordt gepresenteerd en tot zeven jaar nadat de politieke reclameboodschap voor het laatst is gepresenteerd; die hostingdienst en de toegang tot de gehoste informatie voldoen aan en doen geen afbreuk aan enige wettelijke vereiste inzake de verwijdering van de politieke reclameboodschap en de daarbij gepubliceerde informatie; die hostingdienst is kosteloos voor de uitgevers van politieke reclame die een politieke reclameboodschap bij het Europees register indienen.

2. Uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms en zeer grote onlinezoekmachines zijn, zorgen ervoor dat elke politieke reclameboodschap, samen met de in artikel 12, lid 1, van deze verordening bedoelde informatie, beschikbaar wordt gesteld in een in artikel 39 van Verordening (EU) 2022/2065 bedoeld register. Bovendien bieden die uitgevers van politieke reclame toegang tot die informatie via het Europees register vanaf het moment van publicatie en gedurende de hele periode waarin zij de politieke reclameboodschap tonen en tot zeven jaar nadat de politieke reclameboodschap voor het laatst op hun online-interfaces is getoond.
3. Wanneer uitgevers van politieke reclame een specifieke politieke reclameboodschap verwijderen of ontoegankelijk maken op grond van vermeende onwettigheid of een onverenigbaarheid met hun algemene voorwaarden, blijven zij gedurende de in artikel 9, lid 3, van deze verordening bedoelde periode toegang verlenen tot de op grond van artikel 12, lid 1, van deze verordening vereiste informatie. Dit vereiste laat de vereisten van artikel 9, lid 2, punt a), i), artikel 17, lid 3, punten a) tot en met e), en artikel 39, lid 3, van Verordening (EU) 2022/2065 onverlet.
4. Andere dan de in lid 2 van dit artikel bedoelde uitgevers van politieke reclame die politieke reclameboodschappen via een onlinedienst publiceren, maken elk van deze politieke reclameboodschappen en de krachtens artikel 12, lid 1, vereiste informatie uiterlijk 72 uur na de eerste publicatie van de politieke reclameboodschap beschikbaar in het Europees register.
5. De Commissie of, naargelang het geval, de in lid 1 bedoelde beheersinstantie is niet aansprakelijk voor de volledigheid en juistheid van de politieke reclameboodschappen en de daarbij gepubliceerde informatie, noch voor de overeenstemming daarvan met het relevante Unie- of nationale recht en andere toepasselijke bindende regels.

6. Uiterlijk op ... [24 maanden vanaf de datum van inwerkingtreding van deze verordening] stelt de Commissie overeenkomstig artikel 29 uitvoeringshandelingen vast met gedetailleerde regelingen om te voorzien in een gemeenschappelijke gegevensstructuur, gestandaardiseerde metagegevens om de opname van politieke reclameboodschappen in het Europees register en de indexering van politieke reclameboodschappen door onlinezoekmachines te vergemakkelijken, gestandaardiseerde authenticatie en een gemeenschappelijke applicatieprogramma-interface, zodat de aggregatie van de op grond van deze verordening online gepubliceerde informatie via één enkel portaal toegankelijk is.

Bij de vaststelling van die uitvoeringshandelingen houdt de Commissie rekening met technologische, markt- en wetenschappelijke ontwikkelingen en streeft zij ernaar de volgende doelstellingen te verwezenlijken:

- a) ervoor zorgen dat de in de leden 1, 2 en 3 bedoelde informatie voor het publiek toegankelijk is via het Europees register;
- b) onlinetransparantieverklaringen gemakkelijk voor het publiek toegankelijk maken door middel van een gezamenlijke applicatieprogramma-interface waarmee de verklaringen kunnen worden ingekeken en in de relevante databanken kan worden gezocht;
- c) de toegang van derden en het publiek tot transparantieverklaringen ondersteunen, onder meer door analyse van onlinetransparantieverklaringen en de presentatie daarvan mogelijk te maken via een enkel gebruiksvriendelijk portaal en zoekdiensten.

Artikel 14

Periodieke verslaglegging over politieke reclamedienst

1. De uitgevers van politieke reclame nemen gehecht aan hun bestuursverslag in de zin van artikel 19 van Richtlijn 2013/34/EU, informatie op over de bedragen of de waarde van andere voordelen die zij geheel of ten dele in ruil voor de verrichte diensten hebben ontvangen, alsook over het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap, geaggregeerd per campagne.

De uitgevers van politieke reclame stellen de in de eerste alinea bedoelde informatie ter beschikking van de bevoegde autoriteiten die verantwoordelijk zijn voor de accountantscontrole van of het toezicht op politieke actoren, indien dergelijke autoriteiten krachtens het nationale recht zijn opgericht.

2. Lid 1 van dit artikel is niet van toepassing op micro-, kleine en middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU.

Artikel 15

Melding van mogelijk non-conforme politieke reclameboodschappen

1. De uitgevers van politieke reclame beschikken over mechanismen waarmee natuurlijke personen of rechtspersonen hun kunnen melden dat een bepaalde door hen gepubliceerde politieke reclameboodschap niet in overeenstemming is met deze verordening.
2. De mechanismen als bedoeld in lid 1 zijn kosteloos, gebruiksvriendelijk en gemakkelijk toegankelijk, ook vanuit de transparantieverklaring. Indien technisch mogelijk moet het mogelijk zijn met deze mechanismen meldingen in elektronische vorm te doen.

3. Die mechanismen vergemakkelijken de indiening van nauwkeurige en onderbouwde kennisgevingen bij de uitgevers van politieke reclame, zodat zij kunnen nagaan op welk punt de politieke reclameboodschappen in kwestie niet aan deze verordening voldoet. Daartoe nemen de uitgevers van politieke reclame de nodige maatregelen om het mogelijk en gemakkelijker te maken meldingen in te dienen die alle volgende elementen bevatten:
 - a) een gemotiveerde toelichting van de redenen waarom de natuurlijke persoon of rechtspersoon die de melding indient, stelt dat de politieke reclameboodschap in kwestie niet aan deze verordening voldoet;
 - b) informatie aan de hand waarvan de politieke reclameboodschap kan worden geïdentificeerd;
 - c) de naam en het e-mailadres van de natuurlijke persoon of rechtspersoon die de melding indient.
4. Uitgevers van politieke reclame sturen onverwijld een ontvangstbevestiging van de op grond van lid 1 ontvangen melding aan de natuurlijke persoon of rechtspersoon die de melding heeft ingediend.
5. Uitgevers van politieke reclame die zeer grote online platforms en zeer grote online zoekmachines zijn:
 - a) onderzoeken en behandelen de op grond van lid 1 ontvangen meldingen onverwijld op zorgvuldige, niet-arbitraire en objectieve wijze;
 - b) stellen de natuurlijke persoon of rechtspersoon die de in lid 1 bedoelde melding heeft ingediend, onverwijld in kennis van het gevolg dat daaraan is gegeven.

6. Uitgevers van politieke reclame die geen zeer grote online platforms en zeer grote online zoekmachines zijn:
 - a) stellen onverwijld alles in het werk om de op grond van lid 1 ontvangen meldingen op zorgvuldige, niet-arbitraire en objectieve wijze te onderzoeken en te behandelen;
 - b) stellen de natuurlijke personen of rechtspersonen die de in lid 1 van dit artikel bedoelde melding hebben ingediend, ten minste op verzoek in kennis van het gevolg dat daaraan is gegeven; uitgevers van politieke reclame die worden aangemerkt als micro-ondernemingen die vallen onder artikel 3, lid 1, van Richtlijn 2013/34/EU stellen alles in het werk om ervoor te zorgen dat zij dit punt naleven.
7. In de laatste maand voorafgaand aan een verkiezing of een referendum verwerken uitgevers van politieke reclame alle meldingen die zij over een politieke reclameboodschap in verband met die verkiezing of dat referendum ontvangen, binnen 48 uur, mits de melding volledig kan worden verwerkt op basis van de in de melding vervatte informatie. Uitgevers van politieke reclame die worden aangemerkt als micro-, kleine of middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU, stellen alles in het werk om alle meldingen die zij over politieke reclameboodschappen in verband met die verkiezing of dat referendum ontvangen, onverwijld te verwerken.
8. Uitgevers van politieke reclame verstrekken duidelijke en gebruiksvriendelijke informatie over de verhaalmogelijkheden met betrekking tot de politieke reclameboodschap waarop de melding betrekking heeft en, indien van toepassing, over het gebruik van geautomatiseerde middelen voor de verwerking van meldingen.

9. Uitgevers van politieke reclame stellen de betrokken opdrachtgevers of aanbieders van politieke reclamediensten onverwijld in kennis van maatregelen die zij naar aanleiding van meldingen uit hoofde van dit artikel nemen en die van invloed zijn op de beschikbaarheid of presentatie van de politieke reclameboodschap in kwestie.
10. Uitgevers van politieke reclame mogen veelvuldige meldingen uit hoofde van lid 1 betreffende dezelfde reclameboodschap of reclamecampagne collectief beantwoorden, onder meer met behulp van geautomatiseerde instrumenten of door op hun website een verklaring over de meldingen in kwestie te zetten.
11. De Commissie kan, na raadpleging van het in artikel 22, lid 8, bedoelde netwerk van nationale contactpunten, richtsnoeren uitvaardigen om uitgevers van politieke reclame te helpen bij de toepassing van dit artikel.

Artikel 16

Toezending van informatie aan nationale bevoegde autoriteiten

1. Om de naleving van de artikelen 9, 11, 12 en 14 te controleren, hebben de nationale bevoegde autoriteiten de bevoegdheid om te vragen dat aanbieders van politieke reclamediensten hun alle benodigde informatie toezenden. De toegezonden informatie is volledig, nauwkeurig en betrouwbaar en wordt in een duidelijk, coherent, geconsolideerd en begrijpelijk formaat verstrekt. Indien technisch mogelijk, wordt de informatie in een gestandaardiseerd en machineleesbaar formaat toegezonden.

2. Het in lid 1 bedoelde verzoek bevat de volgende gegevens:
 - a) een motivering waarin wordt uitgelegd waarvoor de informatie wordt gevraagd, tenzij met het verzoek wordt beoogd strafbare feiten of ernstige bestuursrechtelijke overtredingen te voorkomen, op te sporen, te onderzoeken en te vervolgen, en openbaarmaking van de redenen voor het verzoek die doelstelling in gevaar zouden brengen;
 - b) informatie over het verhaal waarover de betrokken aanbieder van politieke reclamediensten en de opdrachtgever van de politieke reclamedienst beschikken.
3. Na ontvangst van een verzoek uit hoofde van lid 1 van dit artikel bevestigen aanbieders van politieke reclamediensten binnen twee werkdagen de ontvangst van dat verzoek en stellen zij de nationale bevoegde autoriteit in kennis van de maatregelen die zijn genomen om daaraan te voldoen. De betrokken aanbieder van politieke reclamediensten verstrekt de gevraagde informatie binnen acht werkdagen. Aanbieders van politieke reclamediensten die worden aangemerkt als micro-, kleine of middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU leveren evenwel redelijke inspanningen om de gevraagde informatie binnen twaalf werkdagen en daarna onverwijld te verstrekken.
4. In afwijking van lid 3 van dit artikel verstrekken aanbieders van politieke reclamediensten in de maand voorafgaand aan een verkiezing of een referendum de gevraagde informatie waarover zij beschikken onverwijld en uiterlijk binnen 48 uur. Aanbieders van politieke reclamediensten die worden aangemerkt als micro- of kleine ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1 en 2, van Richtlijn 2013/34/EU verstrekken de gevraagde informatie evenwel onverwijld en indien mogelijk vóór de datum van de verkiezing of het referendum.

5. Aanbieders van politieke reclamediensten wijzen een contactpunt aan voor overleg met bevoegde nationale autoriteiten. Aanbieders van politieke reclamediensten die worden aangemerkt micro-, kleine of middelgrote ondernemingen die vallen onder artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU kunnen een externe natuurlijke persoon aanwijzen als contactpunt.

Artikel 17

Toezending van informatie aan andere belanghebbende entiteit

1. Op verzoek van belanghebbende entiteiten zenden aanbieders van politieke reclamediensten die entiteiten de informatie waarover die aanbieders van politieke reclamediensten op grond van de artikelen 9, 11 en 12 moeten beschikken, onverwijld, kosteloos en indien technisch mogelijk in een machineleesbaar formaat toe.
2. Belanghebbende entiteiten die op grond van lid 1 om toezending van informatie verzoeken, mogen geen commerciële belangen hebben en behoren tot een of meer van de volgende categorieën:
 - a) erkende onderzoekers overeenkomstig artikel 40, lid 8, van Verordening (EU) 2022/2065;
 - b) leden van een krachtens het nationale recht of het recht van de Unie gemachtigde maatschappelijke organisatie waarvan de statutaire doelstellingen de bescherming en bevordering van het algemeen belang zijn;
 - c) politieke actoren;
 - d) in een lidstaat erkende nationale of internationale verkiezingswaarnemers; of
 - e) journalisten.

3. Na een verzoek van een belanghebbende entiteit stelt de aanbieder van politieke reclamediensten alles in het werk om de gevraagde informatie of een met redenen omklede reactie als bedoeld in lid 5 zo spoedig mogelijk en uiterlijk binnen een maand te verstrekken.
4. Bij de voorbereiding van de op grond van lid 1 te verstrekken informatie mag de aanbieder van politieke reclamediensten de desbetreffende bedragen samenvoegen of met een zekere marge aanduiden, voor zover dat nodig is om zijn rechtmatige handelsbelangen te beschermen.
5. Wanneer verzoeken uit hoofde van lid 1 kennelijk onduidelijk of buitensporig zijn of informatie betreffen waarover de aanbieder van politieke reclamediensten niet beschikt, kan die aanbieder weigeren de gevraagde informatie te verstrekken. In dergelijke gevallen stuurt de aanbieder van politieke reclamediensten een met redenen omkleed antwoord naar de belanghebbende entiteit die het verzoek heeft gedaan, met informatie over de verhaalmogelijkheden, waaronder, indien van toepassing, die uit hoofde van Richtlijn (EU) 2020/1828.
6. Wanneer de verwerking van de verzoeken uit hoofde van lid 1 aanzienlijke kosten met zich meebrengt, kan de aanbieder van politieke reclamediensten een redelijke en evenredige vergoeding in rekening brengen, die in geen geval hoger mag zijn dan de administratieve kosten voor het verstrekken van de gevraagde informatie.
7. Het is aan de aanbieders van politieke reclamediensten om aan te tonen dat een verzoek kennelijk onduidelijk of buitensporig is of informatie betreft waarover zij niet beschikken, of dat verzoeken aanzienlijke verwerkingskosten met zich meebrengen.

Hoofdstuk III

Targeting en aanlevering van politieke onlinereclame

Artikel 18

Specifieke vereisten inzake targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap in het kader van politieke onlinereclame

1. Targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens in de context van politieke onlinereclame zijn alleen toegestaan als aan de volgende voorwaarden wordt voldaan:
 - a) de verwerkingsverantwoordelijke heeft de persoonsgegevens van de betrokkene verzameld;
 - b) de betrokkene heeft afzonderlijk voor politieke reclame uitdrukkelijke toestemming in de zin van Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725 gegeven voor de verwerking van persoonsgegevens; en
 - c) die technieken houden geen “profilering” zoals gedefinieerd in artikel 4, punt 4, van Verordening (EU) 2016/679 in en artikel 3, punt 5, van Verordening (EU) 2018/1725 waarbij gebruik wordt gemaakt van bijzondere categorieën persoonsgegevens als bedoeld in artikel 9, lid 1, van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725.

2. In de context van politieke reclame zijn targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens van een betrokkene van wie de verwerkingsverantwoordelijke met redelijke zekerheid weet dat deze persoon ten minste één jaar jonger is dan de volgens de nationale regels geldende kiesgerechtigde leeftijd, verboden. De naleving van de in dit lid vastgestelde verplichtingen houdt voor de verwerkingsverantwoordelijke geen verplichting in om aanvullende persoonsgegevens te verwerken om te beoordelen of de betrokkene één jaar jonger is dan de kiesgerechtigde leeftijd.
3. Dit artikel is niet van toepassing op communicatie van een politieke partij, stichting, vereniging of enige andere non-profitorganisatie, op hun leden of voormalige leden, noch op communicatie, bijvoorbeeld in de vorm van nieuwsbrieven, die verband houdt met hun politieke activiteiten, zolang die communicatie uitsluitend gebaseerd is op abonnementsgegevens en derhalve strikt beperkt is tot hun leden, voormalige leden of abonnees en gebaseerd is op door die betrokkenen verstrekte persoonsgegevens en geen verwerking van persoonsgegevens inhoudt met het oog op het targeten of anderszins verder selecteren van de ontvangers en de boodschappen die zij ontvangen.
4. Met het oog op de uitvoering van de voorschriften van de Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725 betreffende het verlenen van uitdrukkelijke toestemming en het intrekken van gegeven toestemming, zorgen de verwerkingsverantwoordelijken ervoor dat:
 - a) de betrokkene niet om toestemming wordt verzocht indien hij of zij reeds op geautomatiseerde wijze heeft aangegeven niet in te stemmen met gegevensverwerking voor politieke reclamedoeleinden, tenzij het verzoek wordt gerechtvaardigd door een aanzienlijke wijziging van de omstandigheden;
 - b) de betrokkene die geen toestemming geeft, een gelijkwaardig alternatief wordt geboden om de onlinedienst te gebruiken zonder politieke reclame te ontvangen.

Artikel 19

Aanvullende transparantievereisten met betrekking tot targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap in het kader van politieke onlinereclame

1. Wanneer in het kader van politieke onlinereclame gebruik wordt gemaakt van targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, gelden voor de verwerkingsverantwoordelijken, in aanvulling op andere vereisten van deze verordening en op de vereisten die zijn vastgelegd in Verordeningen (EU) 2016/679 en (EU) 2018/1725 de volgende vereisten:
 - a) een intern beleid vaststellen, uitvoeren en openbaar maken waarin duidelijk en in eenvoudige taal wordt beschreven hoe dergelijke technieken worden gebruikt, en dit beleid gedurende een periode van zeven jaar na het laatste gebruik van die technieken handhaven;
 - b) registers bijhouden inzake het gebruik van dergelijke technieken, de relevante mechanismen en parameters die zijn gebruikt;

- c) samen met de vermelding dat het om een politieke reclameboodschap gaat, aanvullende informatie verstrekken die nodig is om de betrokkene in staat te stellen te begrijpen wat de onderliggende logica en de belangrijkste parameters van die technieken zijn, zo ook of er gebruik is gemaakt van een artificiële-intelligentiesysteem voor de targeting of aanlevering van de politieke reclameboodschap en van eventuele aanvullende analysetechnieken, met inbegrip van de volgende elementen:
- i) de specifieke doelgroepen van ontvangers, met inbegrip van de parameters die worden gebruikt om de ontvangers te bepalen onder wie de reclame wordt verspreid;
 - ii) de categorieën persoonsgegevens die worden gebruikt voor targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap;
 - iii) de doeleinden, mechanismen en logica van de targeting, met inbegrip van de parameters op grond waarvan personen al dan niet in de doelgroep worden opgenomen, en de redenen voor de keuze van die parameters;
 - iv) zinnvolle informatie over het gebruik van artificiële-intelligentiesystemen bij de targeting of aanlevering van de politieke reclame;
 - v) de periode van verspreiding van de politieke reclameboodschap en het aantal personen onder wie de politieke reclameboodschap wordt verspreid;
 - vi) een link naar of een duidelijke aanduiding van de plaats waar het in punt a), bedoelde beleid gemakkelijk kan worden teruggevonden;

- d) een interne jaarlijkse risicobeoordeling voorbereiden van het gebruik van targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap met betrekking tot de grondrechten en fundamentele vrijheden, waarvan de resultaten openbaar moeten worden gemaakt;
 - e) samen met de politieke reclameboodschap, tenzij die is opgenomen in de transparantieverklaring die vereist is op grond van artikel 12, lid 1, van deze verordening een verwijzing verstrekken naar doeltreffende middelen om individuele personen te ondersteunen bij de uitoefening van hun rechten uit hoofde van Verordening (EU) 2016/679 of (EU) 2018/1725, naargelang het geval, met name een verwijzing naar de rechten van individuele personen om persoonsgegevens te wijzigen of toestemming in te trekken, naargelang het geval, d.w.z. het opnemen van een link naar een interface waar dergelijke rechten kunnen worden uitgeoefend.
2. Indien de verwerkingsverantwoordelijke verschilt van de uitgever van politieke reclame, zorgt de verwerkingsverantwoordelijke ervoor dat de in lid 1, punten c) en e), bedoelde informatie wordt meegedeeld aan de uitgever van politieke reclame, zodat de uitgever van politieke reclame zijn verplichtingen uit hoofde van deze verordening kan nakomen. De informatie wordt tijdig en accuraat toegezonden in overeenstemming met de beste praktijken en industriële normen, via een gestandaardiseerd geautomatiseerd proces, voor zover dat technisch mogelijk is.
 3. Aanbieders van politieke reclamediensten zenden, indien nodig, aan de verwerkingsverantwoordelijken de informatie toe die nodig is om aan de leden 1 en 2 te voldoen.
 4. De overeenkomstig lid 1, punten c) en e), en de leden 2 en 3 te verstrekken informatie wordt gepresenteerd in een formaat dat gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar (indien technisch uitvoerbaar), duidelijk zichtbaar en, mede door het gebruik van eenvoudige taal, gebruiksvriendelijk is.

5. De Commissie is bevoegd overeenkomstig artikel 28 gedelegeerde handelingen vast te stellen om deze verordening te wijzigen door punten toe te voegen aan de krachtens lid 1 van dit artikel te verstrekken informatie, in het licht van de technologische ontwikkelingen, marktpraktijken, relevante wetenschappelijke onderzoek en ontwikkelingen op het gebied van het toezicht door de bevoegde autoriteiten en relevante richtsnoeren als vastgesteld door de bevoegde instanties.

Artikel 20

Toezending van informatie over targeting of aanlevering van politieke onlinereclameboodschappen aan andere belanghebbende entiteiten

De verwerkingsverantwoordelijken nemen passende maatregelen om aan artikel 17, lid 2, bedoelde belanghebbende entiteiten op hun verzoek de in artikel 19 bedoelde informatie kosteloos toe te zenden.

Hoofdstuk IV

Toezicht en handhaving

Artikel 21

Wettelijke vertegenwoordiger

1. Een dienstverlener die wel politieke reclamediensten aanbiedt in de Unie, maar daar geen vestiging heeft, wijst schriftelijk een natuurlijke persoon of rechtspersoon aan als zijn wettelijke vertegenwoordiger in een van de lidstaten waar die dienstverlener zijn diensten aanbiedt.

De aangewezen wettelijke vertegenwoordiger registreert zich bij de in lid 4 bedoelde bevoegde autoriteit in de lidstaat van verblijf of oprichting. Daartoe geven dienstverleners de naam, het postadres, het e-mailadres en het telefoonnummer van hun wettelijke vertegenwoordiger op bij die bevoegde autoriteit. De verstrekte informatie is nauwkeurig, in een machineleesbaar formaat en wordt steeds bijgewerkt.

2. De wettelijke vertegenwoordiger is verantwoordelijk voor de uitoefening van het toezicht op de naleving van de verplichtingen uit hoofde van deze verordening en kan, onverminderd de aansprakelijkheid van de dienstverlener en eventuele gerechtelijke procedures die tegen de dienstverlener kunnen worden ingeleid, aansprakelijk worden gesteld voor niet-naleving van de verplichtingen uit hoofde van deze verordening. De wettelijke vertegenwoordiger is degene aan wie alle in deze verordening bepaalde mededelingen aan de relevante dienstverlener gericht zijn. Elke mededeling aan die wettelijke vertegenwoordiger wordt beschouwd als een mededeling aan de vertegenwoordigde dienstverlener.

3. Dienstverleners verlenen hun wettelijke vertegenwoordigers de nodige bevoegdheden en voldoende middelen om te garanderen dat zij doelmatig en tijdig meewerken met de nationale bevoegde autoriteiten en, in voorkomend geval, de Commissie, en om ervoor te zorgen dat zij hun verplichtingen nakomen.
4. De lidstaten wijzen één nationale bevoegde autoriteit aan die verantwoordelijk is voor het bijhouden van openbaar toegankelijke en machineleesbare online registers van alle wettelijke vertegenwoordigers die uit hoofde van deze verordening op hun grondgebied geregistreerd zijn. De nationale bevoegde autoriteit ziet erop toe dat deze informatie goed toegankelijk is en volledig is en regelmatig wordt bijgewerkt. De lidstaten verstrekken de links naar de desbetreffende websites aan de Commissie.
5. De Commissie zet een openbaar toegankelijk portaal op met links naar de websites die de lidstaten op grond van lid 4 hebben verstrekt, en houdt dit portaal bij.

Artikel 22

Bevoegde autoriteiten en contactpunten

1. De in artikel 51 van Verordening (EU) 2016/679 bedoelde toezichthoudende autoriteiten of de in artikel 52 van Verordening (EU) 2018/1725 bedoelde Europese Toezichthouder voor gegevensbescherming zijn bevoegd om op hun respectieve bevoegdheidsgebied toezicht te houden op de toepassing van de artikelen 18 en 19 van deze verordening. Artikel 58 van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 58 van Verordening (EU) 2018/1725 zijn van overeenkomstige toepassing. Hoofdstuk VII van Verordening (EU) 2016/679 is van toepassing op activiteiten die onder de artikelen 18 en 19 van deze verordening vallen.
2. Het in artikel 68 van Verordening (EU) 2016/679 bedoelde Europees Comité voor gegevensbescherming stelt op eigen initiatief of op verzoek van de Commissie richtsnoeren op om de in Verordening (EU) 2016/679 bedoelde toezichthoudende autoriteiten bij te staan bij het beoordelen van de naleving van de vereisten van deze verordening.

3. Waar van toepassing, wijzen de lidstaten bevoegde autoriteiten aan voor het toezicht op de naleving door aanbieders van tussenhandelsdiensten in de zin van Verordening (EU) 2022/2065, van de verplichtingen van de artikelen 7 tot en met 17 en artikel 21 van deze verordening. De krachtens Verordening (EU) 2022/2065 aangewezen bevoegde autoriteiten kunnen ook een van de bevoegde autoriteiten zijn die zijn aangewezen om erop toe te zien dat onlinetussenpersonen voldoen aan de verplichtingen van de artikelen 7 tot en met 17 en artikel 21 van deze verordening. In elke lidstaat is de in artikel 49 van Verordening (EU) 2022/2065 bedoelde digitaalendienstencoördinator verantwoordelijk voor de coördinatie op nationaal niveau met betrekking tot aanbieders van “tussenhandelsdiensten” als gedefinieerd in Verordening (EU) 2022/2065. Artikel 49, artikel 58, leden 1 tot en met 4, en artikel 60, lid 1, van Verordening (EU) 2022/2065 zijn van toepassing op aangelegenheden die verband houden met de toepassing van deze verordening met betrekking tot aanbieders van tussenhandelsdiensten. Artikel 51 van Verordening (EU) 2022/2065 is van overeenkomstige toepassing op de bevoegdheden van de krachtens dit lid aangewezen bevoegde autoriteiten.
4. Elke lidstaat wijst een of meer bevoegde autoriteiten aan die verantwoordelijk zijn voor de toepassing en handhaving van de niet in de leden 1 en 3 van dit artikel genoemde aspecten van deze verordening. Die bevoegde autoriteiten kunnen verschillen van de in de leden 1 en 3 van dit artikel bedoelde autoriteiten en kunnen dezelfde zijn als de in artikel 30 van Richtlijn 2010/13/EU bedoelde autoriteiten. Elke krachtens dit lid aangewezen bevoegde autoriteit is structureel volledig onafhankelijk van de sector en vrij van elke externe interventie of politieke druk. Zij houdt, handelend in volledige onafhankelijkheid effectief toezicht op de naleving van deze verordening en neemt de maatregelen die nodig en evenredig zijn om het toezicht, de naleving en handhaving van deze verordening te waarborgen.

5. De bevoegde autoriteiten bedoeld in lid 4 hebben bij de uitvoering van hun taken met betrekking tot deze verordening de bevoegdheid om:
- a) te verzoeken om toegang tot gegevens, documenten of andere noodzakelijke informatie, met name van de betrokken opdrachtgever of aanbieders van politieke reclamediensten, die de bevoegde autoriteiten uitsluitend mogen gebruiken om de naleving van deze verordening te monitoren en te beoordelen, in overeenstemming met de desbetreffende wetgeving inzake de bescherming van persoonsgegevens en de bescherming van vertrouwelijke informatie;
 - b) aanbieders van politieke reclamediensten te waarschuwen als deze hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening niet naleven;
 - c) de stopzetting van inbreuken te gelasten en opdrachtgevers of aanbieders van politieke reclamediensten te verplichten de nodige maatregelen te nemen om aan deze verordening te voldoen;
 - d) geldboeten, financiële sancties of andere financiële maatregelen, naargelang het geval, op te leggen of een gerechtelijke instantie te verzoeken dit te doen;
 - e) waar gepast, een dwangsom op te leggen of een gerechtelijke instantie in hun lidstaat te verzoeken dit te doen;
 - f) waar gepast, corrigerende maatregelen op te leggen die in verhouding staan tot de inbreuk en die nodig zijn om die inbreuk te beëindigen, of een gerechtelijke instantie in hun lidstaat te verzoeken dit te doen;

- g) een openbare verklaring af te leggen waarin wordt aangegeven welke natuurlijke of rechtsperso(o)n(en) verantwoordelijk is of zijn voor de inbreuk van een in deze verordening vastgestelde verplichting en wat de aard van die inbreuk is;
 - h) inspecties uit te voeren, of een gerechtelijke instantie te verzoeken inspecties te gelasten of toe te staan, in gebouwen die aanbieders van politieke reclamediensten gebruiken voor doeleinden die verband houden met hun handel, zaak, ambacht of beroep, of andere overheidsinstanties te verzoeken dit te doen, teneinde informatie in enige vorm te onderzoeken, in beslag te nemen, te kopiëren of kopieën of uittreksels van die informatie te verkrijgen, ongeacht het opslagmedium.
6. De lidstaten zien erop toe dat hun nationale bevoegde autoriteiten over alle nodige middelen beschikken om hun taken uit hoofde van deze verordening uit te voeren, met inbegrip van toereikende technische, financiële en personele middelen om naar behoren toezicht uit te oefenen op de naleving door alle opdrachtgevers en aanbieders van politieke reclamediensten, binnen hun bevoegdheid op grond van deze verordening.
7. De lidstaten zorgen voor doeltreffende en gestructureerde samenwerking en coördinatie op nationaal niveau tussen alle relevante autoriteiten bedoeld in de leden 1 tot en met 4, om de snelle, beveiligde uitwisseling van informatie over kwesties die verband houden met de uitoefening van hun toezichts- en handhavingstaken en -bevoegdheden uit hoofde van deze verordening te vergemakkelijken, onder meer door ontdekte inbreuken die relevant zijn voor andere autoriteiten bekend te maken, bevindingen en deskundigheid te delen en over de toepassing en handhaving van de relevante regels te overleggen.

8. De op grond van lid 9, tweede alinea, door de lidstaten aangewezen nationale contactpunten komen periodiek op het niveau van de Unie bijeen binnen het netwerk van nationale contactpunten. Het netwerk van nationale contactpunten doet dienst als platform voor de regelmatige uitwisseling van informatie, beste praktijken en gestructureerde samenwerking tussen nationale contactpunten en de Commissie met betrekking tot alle aspecten van deze verordening. Het netwerk van nationale contactpunten bevordert met name de samenwerking op het niveau van de Unie met betrekking tot de toepassing en handhaving van deze verordening en faciliteert, in samenwerking met de relevante belanghebbenden, de opstelling van richtsnoeren om opdrachtgevers en aanbieders van politieke reclamediensdiensten te ondersteunen bij de naleving van de vereisten van deze verordening. Het netwerk van nationale contactpunten komt ten minste tweemaal per jaar bijeen en zo nodig op naar behoren gemotiveerd verzoek van de Commissie of een lidstaat. Het netwerk werkt nauw samen met het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen, de Europese Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensdiensten en andere relevante netwerken of organen om de snelle en beveiligde uitwisseling van informatie over kwesties in verband met het toezicht op en de handhaving van deze verordening te vergemakkelijken. De Commissie neemt deel aan de bijeenkomsten van het netwerk van nationale contactpunten en biedt administratieve ondersteuning.

9. Wanneer een lidstaat meer dan één bevoegde autoriteit aanwijst, zorgt de lidstaat ervoor dat de respectieve taken van die autoriteiten duidelijk omschreven zijn en dat de desbetreffende autoriteiten nauw en op doeltreffende wijze met elkaar samenwerken bij de uitvoering van hun taken.

Elke lidstaat wijst voor de toepassing van alle aspecten van deze verordening één bevoegde autoriteit aan als nationaal contactpunt op het niveau van de Unie.

De nationale contactpunten ondersteunen en bevorderen de doeltreffende samenwerking tussen de nationale bevoegde autoriteiten en met de nationale contactpunten van andere lidstaten. De lidstaten maken de contactgegevens van hun nationale contactpunten openbaar. De betrokken lidstaten delen in voorkomend geval de naam van de andere bevoegde autoriteiten en hun respectieve taken mee aan het netwerk van nationale contactpunten.

Artikel 23

Grensoverschrijdende samenwerking

1. De naleving van deze verordening door aanbieders van politieke reclamediensten en opdrachtgevers valt onder de bevoegdheid van de lidstaat waar de aanbieder is gevestigd. Indien de aanbieder in meer dan één lidstaat is gevestigd, wordt hij geacht onder de jurisdictie te vallen van de lidstaat waar hij zijn hoofdvestiging heeft.
2. Onverminderd artikel 22, leden 1 en 2, en lid 1 van dit artikel, werken de bevoegde autoriteit of autoriteiten van alle lidstaten met elkaar samen en verlenen zij elkaar indien nodig bijstand.

3. Een bevoegde autoriteit verleent, na ontvangst van een met redenen omkleed verzoek van een andere bevoegde autoriteit, de andere bevoegde autoriteit onverwijld, maar niet later dan één maand na ontvangst van het verzoek bijstand, zodat de in artikel 22, lid 5, bedoelde toezichts- of handhavingsmaatregelen op een effectieve, efficiënte en consistente wijze kunnen worden uitgevoerd. Een bevoegde autoriteit verstrekt, na ontvangst van een met redenen omkleed verzoek om informatie van de bevoegde autoriteit van een andere lidstaat, via de in artikel 22, lid 5, bedoelde nationale contactpunten die bevoegde autoriteit onverwijld, maar niet later dan 14 dagen na ontvangst van het verzoek de benodigde informatie. Die termijn kan worden verlengd tot één maand in gevallen waarin aanvullende onderzoeken of informatie van meerdere bevoegde autoriteiten vereist zijn.
4. Wanneer een nationale bevoegde autoriteit van een lidstaat redenen heeft om aan te nemen dat deze verordening op diens grondgebied is overtreden, stelt zij de bevoegde autoriteit van de hoofdvestiging van de dienstverlener daarvan in kennis en verzoekt zij deze, in voorkomend geval, de zaak te beoordelen en de nodige onderzoeks- en handhavingsmaatregelen als bedoeld in lid 7 te nemen.

5. Een kennisgeving op grond van lid 4 wordt onderbouwd, naar behoren gemotiveerd, is evenredig en bevat ten minste de volgende vermeldingen:
- a) de benodigde informatie om de opdrachtgever of de aanbieder van politieke reclamediensten te identificeren;
 - b) een beschrijving van de relevante feiten, de relevante bepalingen van deze verordening en de redenen waarom de bevoegde autoriteit die de kennisgeving heeft verzonden, een inbreuk op deze verordening vermoedt, met inbegrip van, in voorkomend geval, een beschrijving van de omstandigheden aan de hand waarvan de criteria van artikel 25, lid 4, kunnen worden beoordeeld;
 - c) informatie over de plaats waar de desbetreffende politieke reclameboodschap of een kopie daarvan kan worden opgevraagd;
 - d) alle overige informatie die de bevoegde autoriteit die de kennisgeving heeft verzonden relevant acht, in voorkomend geval ook op eigen initiatief verzamelde informatie.
6. Indien de ten aanzien van de hoofdvestiging bevoegde autoriteit niet over voldoende informatie beschikt om gevolg te geven aan een uit hoofde van lid 4 ontvangen kennisgeving, kan zij de bevoegde autoriteit die de kennisgeving heeft verzonden om aanvullende informatie verzoeken. Wanneer de bevoegde autoriteit een dergelijk verzoek ontvangt, verstrekt zij de gevraagde informatie onverwijld.

De in lid 7 vastgestelde termijn wordt geschorst totdat die aanvullende informatie is verstrekt.

7. De ten aanzien van de hoofdvestiging bevoegde autoriteit deelt onverwijld, maar uiterlijk één maand na ontvangst van de in lid 4 bedoelde kennisgeving of, indien van toepassing, van de in lid 6 bedoelde informatie, haar beoordeling van de vermoedelijke inbreuk en informatie over de onderzoeks- of handhavingsmaatregelen die zijn genomen of die zij voornemens is te nemen om de naleving van deze verordening te waarborgen, mee aan de bevoegde autoriteit die de kennisgeving heeft verzonden en aan het netwerk van contactpunten.
8. Indien het onderzoek naar een vermeende inbreuk betrekking heeft op de verlening van politieke reclamediensdiensten in een of meer lidstaten waar de aanbieder van politieke reclamediensdiensten niet zijn hoofdvestiging heeft, kan de ten aanzien van de hoofdvestiging bevoegde autoriteit een gezamenlijk onderzoek opstarten en leiden met deelname van de betrokken bevoegde autoriteit of autoriteiten van die lidstaten:
- a) op eigen initiatief en na instemming van de aangezochte bevoegde autoriteit of autoriteiten; of
 - b) op verzoek van een andere bevoegde autoriteit of andere bevoegde autoriteiten, op grond van haar/hun redelijke vermoeden dat de politieke reclamediensdiensten die zijn verricht door de in de lidstaat van de hoofdvestiging gevestigde aanbieder van politieke reclamediensdiensten inbreuk heeft gemaakt op deze verordening of aanzienlijke gevolgen heeft gehad voor personen op het grondgebied van de bevoegde autoriteit of autoriteiten die het verzoek heeft/hebben ingediend.

9. Voor de toepassing van lid 8 verstrekt de bevoegde autoriteit die om de instelling van een gezamenlijk onderzoek verzoekt, de andere bevoegde autoriteit of autoriteiten de in lid 5 bedoelde informatie. Indien een bevoegde autoriteit besluit niet aan een gezamenlijk onderzoek deel te nemen, verstrekt zij de andere bevoegde autoriteit of autoriteiten een met redenen omklede toelichting.
10. Bij de uitvoering van een gezamenlijk onderzoek werken de bevoegde autoriteiten in goed vertrouwen samen en oefenen zij hun onderzoeksbevoegdheden uit voor zover dat nodig is voor het onderzoek naar de vermeende inbreuk. De bevoegde autoriteiten die een gezamenlijk onderzoek uitvoeren, stellen elkaar in kennis van alle relevante handhavingsmaatregelen die zij initiëren of voornemens zijn te initiëren.

Artikel 24

Het recht om een klacht in te dienen

Onverminderd andere administratieve procedures of voorzieningen in rechte reageren de bevoegde autoriteiten op elke kennisgeving over mogelijke inbreuken op deze verordening en stellen op verzoek de persoon of entiteit die de kennisgeving heeft verzonden in kennis van het gevolg dat daaraan is gegeven. In de laatste maand voorafgaand aan verkiezingen of referenda moet op elke kennisgeving met betrekking tot die verkiezingen of referenda onverwijld worden gereageerd.

De bevoegde autoriteiten sturen klachten die binnen de bevoegdheid van een andere bevoegde autoriteit in een andere lidstaat vallen onverwijld door naar die bevoegde autoriteit.

Artikel 25

Sancties

1. De lidstaten stellen regels vast inzake sancties of in voorkomend geval andere maatregelen die van toepassing zijn op opdrachtgevers of aanbieders van politieke reclamediensten wegens inbreuken op de artikelen 5 tot en met 17, en de artikelen 20 en 21, en nemen alle nodige maatregelen om ervoor te zorgen dat ze tijdig worden uitgevoerd.

De sancties moeten doeltreffend, evenredig en afschrikkend zijn. Bij de vaststelling van de regels over sancties houden de lidstaten rekening met de regels inzake de persvrijheid en de vrijheid van meningsuiting in andere media en met de regels of codes die gelden voor het beroep van journalist.

2. Het maximumbedrag van de financiële sancties die kunnen worden opgelegd, is gebaseerd op de economische draagkracht van de aan sancties onderworpen entiteit, te weten:
 - a) 6 % van de jaarlijkse inkomsten of begroting van de opdrachtgever of van de aanbieder van politieke reclamediensten, naargelang het geval en afhankelijk van welk bedrag het hoogst is; of
 - b) 6 % van de wereldwijde jaaronzet van de opdrachtgever of de aanbieder van politieke reclamediensten in het voorgaande boekjaar.
3. De lidstaten delen de Commissie deze regels en maatregelen uiterlijk op ... [21 maanden vanaf de datum van inwerkingtreding van deze verordening] mee en stellen haar onverwijld in kennis van alle latere wijzigingen die erop van invloed zijn.

4. Bij het nemen van een besluit over het soort sanctie en de zwaarte ervan wordt in elk afzonderlijk geval naar behoren rekening gehouden met onder meer het volgende:
- a) de aard, de ernst, de frequentie en de duur van de inbreuk;
 - b) het opzettelijke of nalatige karakter van de inbreuk;
 - c) de maatregelen die zijn genomen om schade te beperken;
 - d) eventuele relevante eerdere inbreuken en enige andere verzwarende of verzachtende omstandigheid die van toepassing is op de omstandigheden van de zaak;
 - e) de mate waarin medewerking aan de bevoegde autoriteit wordt verleend; en
 - f) de omvang en de economische draagkracht van de entiteit waarop de sancties van toepassing zijn, indien van toepassing.
5. Inbreuken op de artikelen 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 en 18 worden als bijzonder ernstig beschouwd wanneer zij betrekking hebben op politieke reclame die in de laatste maand voorafgaand aan verkiezingen of een referendum is gepubliceerd of verspreid en is gericht op burgers in de lidstaat waar de desbetreffende verkiezingen of het referendum worden/wordt gehouden. De lidstaten kunnen ook dwangsommen opleggen om opdrachtgevers, aanbieders van politieke reclamediensten en uitgevers van politieke reclame te verplichten een einde te maken aan een ernstige en herhaalde inbreuk op deze verordening.
6. Voor inbreuken op de in de artikelen 18 en 19 van deze verordening vastgelegde verplichtingen kunnen de in artikel 51 van Verordening (EU) 2016/679 bedoelde toezichthoudende autoriteiten binnen hun bevoegdheidssfeer geldboeten opleggen overeenkomstig artikel 83 van Verordening (EU) 2016/679, welke kunnen oplopen tot het in artikel 83, lid 5, van die verordening bedoelde bedrag.

7. Voor inbreuken op de in de artikelen 18 en 19 van deze verordening vastgelegde verplichtingen kan de in artikel 52 van Verordening (EU) 2018/1725 bedoelde Europese Toezichthouder voor gegevensbescherming binnen zijn bevoegdheidssfeer geldboeten opleggen overeenkomstig artikel 66 van Verordening (EU) 2018/1725, welke kunnen oplopen tot het in artikel 66, lid 3, van die verordening bedoelde bedrag.
8. De lidstaten brengen jaarlijks verslag uit aan de Commissie over de sancties die zijn opgelegd om de bepalingen van deze verordening te handhaven, met name over het soort sancties dat wordt toegepast en het bedrag van de geldboeten en financiële sancties. De Commissie houdt rekening met deze informatie wanneer zij het krachtens artikel 27 vereiste verslag opstelt.

Artikel 26

Bekendmaking van de data van verkiezingen en referenda

1. De lidstaten publiceren de data van hun verkiezingen en referenda en in voorkomend geval van hun verkiezingsperioden op een gemakkelijk toegankelijke plaats, en met een passende verwijzing naar deze verordening.
2. De Commissie stelt een portaal ter beschikking waarop de lidstaten, onmiddellijk na de bekendmaking, de data van hun verkiezingen, referenda en in voorkomend geval hun verkiezingsperioden verstrekken. Het portaal is openbaar toegankelijk.

Hoofdstuk V

Slotbepalingen

Artikel 27

Evaluatie en toetsing

Binnen twee jaar na elke verkiezing voor het Europees Parlement dient de Commissie bij het Europees Parlement en de Raad een verslag in over de evaluatie en toetsing van deze verordening. Dit verslag wordt openbaar gemaakt en beoordeelt of deze verordening moet worden gewijzigd, met name met betrekking tot:

- a) het toepassingsgebied van deze verordening en de definitie van politieke reclame in artikel 3, punt 2;
- b) de doeltreffendheid van deze verordening met betrekking tot specifieke middelen voor politieke reclame;
- c) de doeltreffendheid van de transparantiemaatregelen, met name van de mededeling van de politieke aard van een reclamedienst of een reclameboodschap en de mechanismen om deze te identificeren, zoals bepaald in de artikelen 7 en 8;
- d) de doeltreffendheid van de regels die de verwerking van persoonsgegevens beperken met het oog op targetingtechnieken en de technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap;
- e) de doeltreffendheid van de toezichts- en handhavingsstructuur, evenals het soort en de hoogte van de door de lidstaten opgelegde sancties;

- f) het effect van deze verordening op media-actoren die op grond van artikel 3, leden 1 tot en met 3, van Richtlijn 2013/34/EU worden aangemerkt als micro-, kleine en middelgrote ondernemingen;
- g) de doeltreffendheid van deze verordening met het oog op technologische, wetenschappelijke en andere ontwikkelingen;
- h) de manier waarop deze verordening zich verhoudt tot de in artikel 2, lid 3, bedoelde rechtshandelingen van de Unie;
- i) de vooruitgang die is geboekt bij de instelling van het Europees register en de werking ervan.

Artikel 28

Uitoefening van de bevoegdheidsdelegatie

1. De bevoegdheid om gedelegeerde handelingen vast te stellen, wordt aan de Commissie toegekend onder de in dit artikel neergelegde voorwaarden.
2. De in artikel 12, lid 6, en artikel 19, lid 5, bedoelde bevoegdheid om gedelegeerde handelingen vast te stellen, wordt aan de Commissie toegekend voor een termijn van vier jaar met ingang van ... [de datum van inwerkingtreding van deze verordening]. De Commissie stelt uiterlijk negen maanden voor het einde van de termijn van vier jaar een verslag op over de bevoegdheidsdelegatie. De bevoegdheidsdelegatie wordt stilzwijgend met termijnen van dezelfde duur verlengd, tenzij het Europees Parlement of de Raad zich uiterlijk drie maanden voor het einde van elke termijn tegen deze verlenging verzet.

3. Het Europees Parlement of de Raad kan de in artikel 12, lid 6, en artikel 19, lid 5, bedoelde bevoegdheidsdelegatie te allen tijde intrekken. Het besluit tot intrekking beëindigt de delegatie van de in dat besluit genoemde bevoegdheid. Het wordt van kracht op de dag na die van de bekendmaking ervan in het *Publicatieblad van de Europese Unie* of op een daarin genoemde latere datum. Het laat de geldigheid van de reeds van kracht zijnde gedelegeerde handelingen onverlet.
4. Vóór de vaststelling van een gedelegeerde handeling raadpleegt de Commissie de door elke lidstaat aangewezen deskundigen overeenkomstig de beginselen die zijn neergelegd in het Interinstitutioneel Akkoord van 13 april 2016 over beter wetgeven.
5. Zodra de Commissie een gedelegeerde handeling heeft vastgesteld, doet zij van die handeling gelijktijdig kennisgeving aan het Europees Parlement en de Raad.
6. Een op grond van artikel 12, lid 6, of artikel 19, lid 5, vastgestelde gedelegeerde handeling treedt alleen in werking indien het Europees Parlement noch de Raad daartegen binnen een termijn van twee maanden na de kennisgeving van de handeling aan het Europees Parlement en de Raad bezwaar heeft gemaakt, of indien zowel het Europees Parlement als de Raad voor het verstrijken van die termijn de Commissie hebben medegedeeld dat zij daartegen geen bezwaar zullen maken. Die termijn wordt op initiatief van het Europees Parlement of de Raad met twee maanden verlengd.

Artikel 29
Comitéprocedure

1. De Commissie wordt bijgestaan door een comité. Dat comité is een comité in de zin van Verordening (EU) nr. 182/2011.
2. Wanneer naar dit lid wordt verwezen, is artikel 5 van Verordening (EU) nr. 182/2011 van toepassing.

Artikel 30
Inwerkingtreding en toepassing

1. Deze verordening treedt in werking op de twintigste dag na die van de bekendmaking ervan in het *Publicatieblad van de Europese Unie*.
2. Zij wordt van toepassing met ingang van ... [18 maanden vanaf de datum van inwerkingtreding van deze verordening]. Binnen het toepassingsgebied van deze verordening zijn artikel 3 en artikel 5, lid 1, evenwel van toepassing met ingang van de datum van inwerkingtreding ervan.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke lidstaat.

Gedaan te ...,

Voor het Europees Parlement

De voorzitter

Voor de Raad

De voorzitter
