



DEN EUROPÆISKE UNION

EUROPA-PARLAMENTET

RÅDET

**Strasbourg, den 13. marts 2024
(OR. en)**

**2021/0381 (COD)
LEX 2310**

**PE-CONS 90/1/23
REV 1**

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

**EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING OM GENNEMSIGTIGHED OG
MÅLRETNING I FORBINDELSE MED POLITISK REKLAME**

EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING (EU) 2024/...

af 13. marts 2024

om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 16 og 114,

under henvisning til forslag fra Europa-Kommissionen,

efter fremsendelse af udkast til lovgivningsmæssig retsakt til de nationale parlamenter,

under henvisning til udtalelse fra Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg¹,

under henvisning til udtalelse fra Regionsudvalget²,

efter den almindelige lovgivningsprocedure³, og

ud fra følgende betragtninger:

¹ EUT C 275 af 18.7.2022, s. 66.

² EUT C 301 af 5.8.2022, s. 102.

³ Europa-Parlamentets holdning af 27.2.2024 (endnu ikke offentliggjort i EUT) og Rådets afgørelse af 11.3.2024.

- (1) Udbuddet af og efterspørgslen efter politisk reklame er stigende og har stadig oftere grænseoverskridende karakter. Et stort og stigende antal forskelligartede tjenester er forbundet med denne aktivitet, f.eks. politiske konsulentfirmaer, reklamebureauer, platforme for reklameringsteknologi, PR-virksomheder, influencere og diverse dataanalyse- og mæglervirksomheder. Politisk reklame kan optræde i mange former, herunder med betalt indhold, sponsorerede søgeresultater, betalte målrettede budskaber, promovring i rangordningen, promovring af noget eller nogen, der er integreret i indholdet, såsom produktplacering, influencere og andre anbefalinger. Relaterede aktiviteter kan f.eks. omfatte udbredelse af politisk reklame på en sponsors anmodning eller udgivelse af indhold mod betaling eller andre former for vederlag, herunder naturalydelser.
- (2) Politisk reklame kan udbredes eller udgives på tværs af grænserne på forskellige måder og ved hjælp af forskellige medier, både online og offline. Politisk reklame er i hastig vækst og kan udbredes eller udgives via traditionelle offlinemedier såsom aviser, TV og radio men også i stigende grad via onlineplatforme, websteder, mobilapplikationer, computerspil og andre digitale grænseflader. Sidstnævnte er ikke kun særligt tilbøjelige til at blive udbudt på tværs af grænserne, men medfører også nye og vanskelige udfordringer i relation til regulering og håndhævelse. Brugen af politisk reklame online er stærkt stigende, og visse lineære former for politisk reklame offline såsom radio og TV udbydes også online som on demand-tjenester. Der er en tendens til, at politiske reklamekampagner organiseres ved brug af en række forskellige medier og udtryksformer.

- (3) Da reklame, herunder politisk reklame, normalt udføres mod vederlag, hvilket kan omfatte naturalydelser, udgør dette en tjenesteydelse i henhold til artikel 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde (TEUF). I erklæring nr. 22 om handicappede, der er knyttet som bilag til Amsterdamtraktaten, vedtog man på konferencen mellem repræsentanterne for medlemsstaternes regeringer, at Unionens institutioner i forbindelse med udarbejdelsen af foranstaltninger i henhold til artikel 114 i TEUF skal tage hensyn til behovene hos personer med handicap.
- (4) Behovet for at sikre gennemsigtighed er et berettiget formål i samfundets interesse, der er i overensstemmelse med de værdier, som Unionen og medlemsstaterne deler, jf. artikel 2 i traktaten om Den Europæiske Union (TEU). Det er ikke altid let for borgerne at genkende politisk reklame og udøve deres demokratiske rettigheder på et oplyst grundlag. Stadig mere sofistikeret desinformation, diversificering af aktører, hurtig udvikling af nye teknologier og øget udbredelse af informationsmanipulation indblanding i vores demokratiske valg- og lovgivningsprocesser udgør væsentlige udfordringer for Unionen og medlemsstaterne. Politisk reklame kan ligge til grund for desinformation, navnlig hvis dens politiske karakter ikke afsløres i reklamen, kommer fra sponsorer uden for Unionen eller er genstand for målretnings- eller reklameleveringsteknikker. En høj grad af gennemsigtighed er nødvendig, bl.a. for at understøtte en åben og fair politisk debat og politiske kampagner og frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og for at bekæmpe informationsmanipulation og indblanding samt ulovlig indblanding, herunder fra tredjelande. Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bidrager til i højere grad at gøre vælgerne og enkeltpersoner i almindelighed i stand til at forstå, hvornår de står over for en politisk reklame, på hvis vegne den pågældende reklame er lavet, samt hvordan og hvorfor de målrettes af en udbyder af reklametjenester, således at vælgerne er bedre rustet til at træffe et kvalificeret valg. Mediekendskab bør støttes for at hjælpe enkeltpersoner med at gøre bedst mulig brug af gennemsigtigheden i politisk reklame.

- (5) Denne forordning har til formål at sikre, at levering af politisk reklame er i fuld overensstemmelse med de grundlæggende rettigheder.
- (6) I forbindelse med politisk reklame anvendes der hyppigt målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker på grundlag af behandling af personoplysninger, herunder observerede og afledte personoplysninger, såsom oplysninger, der afslører politiske holdninger og andre særlige kategorier af oplysninger. Målretningsteknikker bør forstås som teknikker, der enten anvendes til at rette en politisk reklame udelukkende mod en bestemt person eller gruppe af personer eller til at udelukke dem, normalt med skræddersyet indhold, på grundlag af behandling af personoplysninger. Reklameleveringsteknikker bør forstås som en bred vifte af optimeringsteknikker, der bygger på automatisk behandling af personoplysninger for at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk reklame. Sådanne teknikker kan anvendes af politiske reklameudgivere og navnlig af meget store onlineplatforme som omhandlet i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065⁴ til at levere politiske reklamer til en målgruppe på grundlag af personoplysninger og reklamers indhold. Levering af reklamer ved hjælp af sådanne teknikker indebærer brug af algoritmer, som i øjeblikket er uigennemsigtige, og hvis virkning kan adskille sig fra, hvad sponsorerne eller de udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorerne, havde til hensigt. I betragtning af potentialet for misbrug af personoplysninger gennem målretning, herunder gennem mikromålretning og andre avancerede teknikker, kan sådanne teknikker udgøre en særlig trussel mod legitime samfundsmæssige interesser såsom retfærdighed, ligestilling og gennemsigtighed i valgprocessen samt den grundlæggende ret til ytringsfrihed, til privatlivets fred og beskyttelse af personlige oplysninger og til lighed og ikkeforskelsbehandling og retten til at blive informeret på en objektiv, gennemsigtig og pluralistisk måde.

⁴ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065 af 19. oktober 2022 om et indre marked for digitale tjenester og om ændring af direktiv 2000/31/EF (forordningen om digitale tjenester) (EUT L 277 af 27.10.2022, s. 1).

- (7) Politisk reklame reguleres i øjeblikket på forskellige måder i medlemsstaterne, som i mange tilfælde har en tendens til at fokusere på traditionelle medieformer. Der findes specifikke restriktioner, herunder for grænseoverskridende levering af politiske reklametjenester, der direkte påvirker gennemførelsen af tværnationale og paneuropæiske politiske kampagner. Nogle medlemsstater forbyder EU-tjenesteudbydere, der er etableret i andre medlemsstater, at levere tjenester af politisk karakter eller med et politisk formål i stemmeafgivningsperioder. Samtidig er der sandsynligvis mangler og smuthuller i nogle medlemsstaters nationale ret, hvilket kan føre til, at politisk reklame undertiden udbredes uden hensyn til relevante nationale regler og dermed risikerer at være til skade for gennemsigtigheden i reguleringen af politisk reklamevirksomhed.
- (8) For at skabe større gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, herunder for at imødekomme borgernes bekymringer, har nogle medlemsstater allerede undersøgt eller overvejer yderligere foranstaltninger for at sikre gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame og støtte en fair politisk debat samt frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger. Disse nationale foranstaltninger overvejes navnlig for politisk reklame, der udgives og udbredes online, og kan omfatte yderligere restriktioner. Foranstaltningerne varierer fra bløde til bindende foranstaltninger og indebærer forskellige elementer af gennemsigtighed.
- (9) Den pågældende situation fører til fragmentering af det indre marked, mindsker retssikkerheden for udbydere af politiske reklametjenester, der udarbejder, placerer, promoverer, udgiver, leverer eller formidler politiske reklamer, skaber hindringer for den frie bevægelighed for relaterede tjenesteydelser, forvrider konkurrencen i det indre marked, herunder mellem offline- og onlinetjenesteudbydere, og den kræver en kompliceret indsats for overholdelse samt yderligere omkostninger for relevante tjenesteudbydere.

- (10) I den forbindelse er det sandsynligt, at leverandører af politiske reklametjenester afskrækkes fra at udbyde deres politiske reklametjenester i grænseoverskridende situationer. Det gælder især mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder, som i mange tilfælde ikke har ressourcer til at absorbere eller overvælde de høje efterlevelsedomkostninger på senere led i forbindelse med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering eller udbredelse af politisk reklame i mere end én medlemsstat. Det begrænser tilgængeligheden af tjenester og har en negativ indvirkning på tjenesteudbydernes mulighed for at innovere og tilbyde multimediekampagner og multinationale kampagner i det indre marked.
- (11) Der bør derfor sikres en konsekvent og høj grad af gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame i hele Unionen, når der leveres politiske reklametjenester, samtidig med at forskelle, der hæmmer den frie bevægelighed for relaterede tjenester i det indre marked, bør forhindres ved at indføre harmoniserede regler for levering af politiske reklametjenester, herunder om gennemsigtighedsforpligtelser og dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu, for sponsorer og udbydere af politiske reklametjenester, som skal sikre ensartet beskyttelse af rettigheder for personer og tilsyn i hele det indre marked på grundlag af artikel 114 i TEUF.
- (12) Medlemsstaterne bør i national ret ikke opretholde eller indføre bestemmelser om gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning, navnlig strengere eller lempeligere bestemmelser, for at sikre et andet gennemsigtighedsniveau for så vidt angår politisk reklame. Fuld harmonisering af gennemsigtighedsforpligtelserne og de dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu knyttet til politisk reklame øger retssikkerheden og mindsker fragmenteringen af de forpligtelser, som tjenesteudbydere skal opfylde i forbindelse med politisk reklame.

- (13) Fuld harmonisering af gennemsigtighedsforpligtelserne og de dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu bør ikke berøre friheden for udbydere af politiske reklametjenester til på frivillig basis at give yderligere oplysninger om politisk reklame som en del af ytrings- og informationsfriheden, der er beskyttet i artikel 11 i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder ("chartret").
- (14) Denne forordning begrænser sig til harmonisering af reglerne om gennemsigtighed og dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu for levering af politiske reklametjenester og om anvendelse af målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker samt regler om tilsyn med og håndhævelse heraf. Den bør hverken berøre indholdet i politiske reklamer eller Unionens eller medlemsstaternes regler, der regulerer andre aspekter vedrørende politisk reklame end dem, der er omfattet af denne forordning. Denne forordning ændrer følgelig ikke de regler, der regulerer gennemførelse og finansiering af politiske kampagner, herunder generelle forbud mod eller begrænsninger af politisk reklame i bestemte perioder, de såkaldte tavshedsperioder, donationer fra individuelle kampagnedonorere eller forbud vedrørende anvendelse af kommercielle reklamer til valgkampagner. Forordningen bør endvidere navnlig ikke indvirke på den grundlæggende ret til menings- og ytringsfrihed.
- (15) Mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders særlige behov bør tages i betragtning ved anvendelsen og håndhævelsen af denne forordning i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet. Begrebet mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder bør forstås som virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2013/34/EU⁵.

⁵ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2013/34/EU af 26. juni 2013 om årsregnskaber, konsoliderede regnskaber og tilhørende beretninger for visse virksomhedsformer, om ændring af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/43/EF og om ophævelse af Rådets direktiv 78/660/EØF og 83/349/EØF (EUT L 182 af 29.6.2013, s. 19).

- (16) Denne forordning bør indeholde harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser og dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu, der gælder for økonomiske aktører, der udbyder politisk reklame og relaterede tjenester, dvs. aktiviteter, der normalt udføres mod betaling, hvilket kan omfatte naturalydelser. Disse tjenester består navnlig i udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering og udbredelse af politiske reklamer. Reglerne i denne forordning, som skal sikre en høj grad af gennemsigtighed i politiske reklametjenester, bygger på artikel 114 i TEUF. Denne forordning bør også omhandle anvendelse af målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker som i forbindelse med promovering, udgivelse, levering eller udbredelse af politisk reklame, er baseret på behandling af personoplysninger. De regler i denne forordning, der omhandler anvendelsen af målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker, er baseret på artikel 16 i TEUF. Politisk reklame rettet mod enkeltpersoner i en medlemsstat bør omfatte politisk reklame, der udelukkende er udarbejdet, placeret, promoveret, udgivet, leveret eller udbredt af tjenesteudbydere, som er etableret uden for Unionen, men som formidles til enkeltpersoner i Unionen. For at afgøre, om en politisk reklame er målrettet enkeltpersoner i en medlemsstat, bør der tages hensyn til faktorer, der knytter den til den pågældende medlemsstat, herunder sprog, sammenhæng, formålet med reklamen og dens udbredelsesmetoder.
- (17) Der bør ved anvendelsen af denne forordning tages hensyn til de særlige forhold, der gør sig gældende for mediet til udgivelse eller udbredelse af den politiske reklame, navnlig for at tilpasse dens vilkår til TV, radio og aviser, alt efter hvad der er relevant i overensstemmelse med EU-retten.

- (18) Det bør erindres, at grænseoverskridende levering af reklametjenester i det indre marked er underlagt princippet om forbud mod forskelsbehandling. Dette princip indebærer bl.a., at en tjenestemodtagers adgang til en tjenesteydelse, der tilbydes offentligheden, ikke må begrænses alene på grund af tjenestemodtagerens nationalitet, bopæl eller hjemsted. Udbydere af politiske reklametjenester bør derfor ikke have lov til at forskelsbehandle sponsorer, der er bosiddende eller lovligt etableret i Unionen, på grundlag af deres bopæl eller hjemsted, medmindre den forskellige behandling er berettiget og forholdsmæssig i overensstemmelse med EU-retten. Ikkediskriminerende adgang til grænseoverskridende politiske reklametjenester er afgørende for, at modtagerne af de pågældende tjenester kan høste alle fordelene ved det indre marked i den pågældende sektor. Ikkediskriminerende adgang til grænseoverskridende politiske reklametjenester er særlig vigtig for europæiske politiske partier i betragtning af deres rolle med hensyn til at bidrage til at skabe en europæisk politisk bevidsthed og udtrykke unionsborgernes vilje som fastsat i artikel 10, stk. 4, i TEU og artikel 12, stk. 2, i chartret og deres europæiske retlige status i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014⁶.

⁶ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014 af 22. oktober 2014 om statut for og finansiering af europæiske politiske partier og europæiske politiske fonde (EUT L 317 af 4.11.2014, s. 1).

Uberettigede restriktioner fra udbydere af politiske reklametjenesters side for europæiske politiske partiers frihed til at modtage grænseoverskridende politiske reklametjenester bør ikke være tilladt, da de hindrer gennemførelsen af effektive politiske kampagner i hele Unionen og dermed hindrer dem i at udfylde den rolle, de har fået tildelt ved traktaterne. Udbydere af politiske reklametjenester bør derfor ikke nægte eller hindre adgang til deres tjenester eller gøre dem mindre attraktive for et europæisk politisk parti alene på grund af dets hjemsted, herunder dets registreringssted, uden at det dermed udelukkes, at der kan ske forskelsbehandling af behørigt objektive grunde. Lignende overvejelser gør sig gældende med hensyn til de politiske grupper i Europa-Parlamentet, der dannes i overensstemmelse med Europa-Parlamentets forretningsorden og udfører deres opgaver som led i Unionens virksomhed. Bestemmelsen om ikkeforskelsbehandling i denne forordning fastlægger ikke og berører ikke på nogen måde den retlige status for europæiske politiske partier eller politiske grupper i Europa-Parlamentet, da den kun vedrører deres stilling som sponsorer.

- (19) Det er velkendt, at indblanding i valg foretaget af visse tredjelandseenheder eller tredjelandstatsborgere, der kan sponsorere politisk reklame i Unionen, udgør en alvorlig trussel mod demokratiet, som er en fælles værdi for Unionen, og som det er af grundlæggende betydning for Unionen og dens medlemsstater at beskytte. Nogle medlemsstater har derfor allerede indført eller overvejer at indføre forskellige restriktioner for, at tredjelandseenheder eller tredjelandstatsborgere kan yde finansiering i forbindelse med valg. Den pågældende uensartede reguleringsmæssige situation, som sandsynligvis vil blive forværret på grund af det fremherskende anspændte internationale klima, skaber hindringer for, at udbydere af politiske reklametjenester kan operere på markederne i forskellige medlemsstater. Den pågældende uensartede reguleringsmæssige situation bør derfor tilnærmes til en fælles minimumsstandard. Udbydere af politiske reklametjenester bør i de sidste tre måneder forud for et valg eller en folkeafstemning, der afholdes på EU-plan eller på nationalt, regionalt eller lokalt plan i en medlemsstat, være forpligtet til kun at levere politiske reklametjenester til unionsborgere, tredjelandstatsborgere, der har fast bopæl i Unionen og har stemmeret ved det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, eller juridiske personer, der er etableret i Unionen, og som ikke kontrolleres af tredjelandseenheder. Risikoen for indblanding i valg eller folkeafstemninger i forskellige medlemsstater og medlemsstaternes vurderinger af denne risiko varierer, hvorfor strengere nationale regler, der navnlig fastsætter længere perioder for begrænsning af sponsorering fra tredjelandseenheder eller tredjelandstatsborgere, kan være hensigtsmæssige i forskellige medlemsstater. Minimumsstandarden på tre måneder bør således ikke forhindre medlemsstaterne i at fastsætte strengere nationale regler under overholdelse af EU-retten. Hvis et valg eller en folkeafstemning bekendtgøres mindre end tre måneder før datoen for det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, bør dette ikke forstås således, at det medfører forpligtelser i perioden forud for bekendtgørelsen af valget eller folkeafstemningen.

- (20) Med henblik på at bekæmpe informationsmanipulation og indblanding i politisk reklame opfordres "onlineplatforme" som defineret i forordning (EU) 2022/2065, herunder gennem adfærdskodeksen om desinformation, til at fastlægge og gennemføre skræddersyede politikker og andre relevante foranstaltninger, herunder gennem deres deltagelse i bredere initiativer til demonetisering af desinformation, til at forhindre placering af politisk reklame, der indeholder desinformation.
- (21) Der findes ingen eksisterende definition af politisk reklame eller politisk reklame på EU-plan. Der er behov for en definition på EU-plan for at fastlægge anvendelsesområdet for de harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser og dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu og reglerne om anvendelse af målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker. Den pågældende definition bør dække de mange former, som politisk reklame kan antage, og alle midler og former for udgivelse eller udbredelse inden for Unionen, uanset om kilden befinder sig i Unionen eller i et tredjeland.

- (22) Definitionen af politisk reklame bør omfatte reklame, der udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes direkte eller indirekte af, eller som udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes direkte eller indirekte for eller på vegne af en politisk aktør på en hvilken som helst måde. Politisk reklame kontrolleres normalt direkte eller indirekte af en sponsor, som kan være en politisk aktør, og som navnlig vil være i stand til at bestemme den politiske karakter, indholdet eller udgivelsen af den politiske reklame, der udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes. Nogle gange kan en anden enhed i sidste ende udøve kontrol over en sponsor. Fastlæggelsen af, om en enhed i sidste ende kontrollerer en sponsor, bør baseres på rettigheder, aftaler eller andre midler, som enkeltvis eller tilsammen, under hensyn til alle faktiske og retlige forhold, giver mulighed for udøvelse af afgørende indflydelse på en enhed, særlig gennem ejendomsret, brugsret til alle eller en del af en enheds aktiver eller rettigheder eller aftaler, som sikrer afgørende indflydelse på sammensætningen af en enheds organer, afstemninger eller beslutninger. For at afgøre, om et budskab er af rent privat eller rent kommerciel karakter, bør der tages hensyn til alle relevante faktorer såsom dets indhold, budskabets sponsor, det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, den sammenhæng, hvori budskabet formidles, herunder den periode, hvori det udbredes, formålet med budskabet og de midler, hvormed budskabet udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes, og målgruppen. Budskaber vedrørende en politisk aktørs familiestatus eller forretningsaktiviteter er sandsynligvis rent private eller rent kommercielle.

- (23) Andre aktørers promovering, udgivelse, levering eller udbredelse af et budskab, der kan og har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces på EU-plan, nationalt, regionalt eller lokalt plan, bør også udgøre politisk reklame. En lovgivnings- eller reguleringsproces bør omfatte beslutningstagning med bindende, alment gældende virkninger på EU-plan, nationalt, regionalt eller lokalt plan. Der bør være en klar og væsentlig forbindelse mellem budskabet og dets potentiale til at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces. For at afgøre, om der er en sådan forbindelse, bør der tages hensyn til alle faktorer, der var relevante på det tidspunkt, hvor budskabet blev promoveret, udgivet, leveret eller udbredt, såsom identiteten på sponsoren bag budskabet, budskabets form og indhold, det talte eller skrevne sprog, der anvendes til at formidle budskabet, den sammenhæng, hvori budskabet formidles, herunder den periode, hvori det udbredes, som f.eks. en stemmeafgivningsperiode, formålet med budskabet og den måde, hvorpå budskabet promoveres, udgives, leveres eller udbredes samt målgruppen. Sprog bør forstås således, at det omfatter ethvert sprog, der anvendes i Unionen, herunder regionale dialekter og tegnsprog, ved hjælp af alle kommunikations- eller kodificeringsmidler såsom braille og andre midler. Udformningen bør fremgå tydeligt af disse faktorer, og en forbindelse bør ikke udelukkende udledes med tilbagevirkende kraft ud fra virkningen af et budskab.

- (24) Politisk reklame omfatter den situation, hvor udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen eller udbredelsen af et budskab, der kan og har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces, foretages af en enhed, der handler på egne vegne (interne aktiviteter). Interne aktiviteter, som bør anses for udelukkende at være relevante for kapitel III i denne forordning, bør forstås som aktiviteter, der udføres inden for en enhed, og som omfatter eller bidrager væsentligt til udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen eller udbredelsen på en hvilken som helst måde af et budskab, der kan og har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces.
- (25) Kommerciel reklame- og markedsføringspraksis kan på legitim vis påvirke forbrugernes opfattelse af varer og tjenester eller deres købsadfærd, herunder gennem mærkedifferentiering på grundlag af virksomhedens ageren med hensyn til virksomheders sociale ansvar, samfundsmæssige indvirkning eller enhver anden form for formålsdrevet engagement. Denne forordning bør finde anvendelse på kommerciel reklame, som kan og har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces.
- (26) Kommissionen bør udarbejde fælles retningslinjer for en effektiv gennemførelse af denne forordning og navnlig for at støtte sponsorerne, eller udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorerne, i forbindelse med erklæringer om og identificering af politiske reklamer, og for at støtte udbydere af politiske reklametjenester ved at lette sådanne erklæringer og administrere dem på passende vis.

- (27) For at sikre effektiv kommunikation med den brede offentlighed bør offentlig kommunikation fra, for eller på vegne af enhver offentlig myndighed i en medlemsstat eller i Unionen, herunder regeringsmedlemmer, såsom pressemeddelelser eller konferencer, der reklamerer lovgivnings- eller reguleringsmæssige initiativer og redegør for det politiske valg, der ligger til grund for sådanne initiativer, ikke udgøre politisk reklame, forudsat at den ikke kan og har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller sagsbehandlingsproces. Tilsvarende bør praktiske oplysninger fra officielle kilder i medlemsstaterne eller Unionen, der er strengt begrænset til tilrettelæggelsen af og vilkårene for deltagelse i valg eller folkeafstemninger, herunder bekendtgørelsen af kandidaturerne og det spørgsmål, der sættes til folkeafstemning, heller ikke udgøre politisk reklame.
- (28) Denne forordning bør ikke finde anvendelse, hvis der ved lov er fastsat bestemmelser om et offentligt rum, som er forbeholdt præsentation af kandidater, og som tildeles gratis, f.eks. ved at afsætte plads til sådanne præsentationer i kommunerne og inden for andre offentlige områder eller i en bestemt sendetid på TV, hvis dette sker på en retfærdig og ikkediskriminerende måde og på grundlag af gennemsigtige og objektive kriterier.

- (29) Medierne bidrager til, at de demokratiske processer fungerer hensigtsmæssigt, og spiller en afgørende rolle for ytrings- og informationsfriheden, navnlig under perioden umiddelbart før et valg. De tilvejebringer et forum for offentlig debat og bidrager til meningsdannelsen i offentligheden. Denne forordning bør derfor ikke berøre mediernes redaktionelle frihed. Politiske holdninger, som kommer til udtryk i et hvilket som helst medie under redaktionelt ansvar, bør ikke være omfattet, medmindre der ydes en specifik betaling eller anden form for vederlag af tredjeparter for eller i forbindelse med udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen eller udbredelsen af dem. Når sådanne politiske holdninger efterfølgende promoveres, udgives eller udbredes af udbydere af politiske reklametjenester, kan de dog betragtes som politisk reklame.
- (30) Politiske holdninger, der udtrykkes af individer i deres egenskab af privatpersoner, udgør en særlig manifestation af retten til ytrings- og informationsfrihed. Der er ikke tale om politisk reklame, og det er nødvendigt, at der klart foretages en sådan sontring. Med henblik herpå bør politiske holdninger, der udtrykkes af individer i deres egenskab af privatpersoner, ikke være omfattet af denne forordning. Identificeringen af politiske holdninger, der udtrykkes af individer i deres egenskab af privatpersoner, bør normalt følge af individuel selvbestemmelse, men kontekstuelle elementer kan tages i betragtning. Relevante faktorer kan f.eks. være, om holdningen tilkendegives på vegne af en anden enhed, om budskabet har til formål at promovere et eget kandidatur eller en egen kampagne i forbindelse med et valg, en folkeafstemning eller en lovgivnings- eller reguleringsproces, om den udtrykkes af en person, der generelt er aktiv inden for kampagner eller tiltag til forandring angående politiske eller sociale spørgsmål, og om budskabet formidles til et ubestemt antal personer. En politisk holdning bør ikke anses for at blive udtrykt af et individ i dets egenskab af privatperson, hvis der ydes et specifikt vederlag fra tredjeparter, herunder naturalydelser, for eller i forbindelse med udtrykkelsen af den pågældende holdning.

- (31) Ved valg bør der i denne forordning forstås valg til Europa-Parlamentet, alle valg eller folkeafstemninger, der afholdes på nationalt, regionalt og lokalt plan i medlemsstaterne, samt valg til et politisk partis ledelse. Forordningen bør ikke omhandle andre former for valg såsom faglige afstemninger eller afstemninger, der afholdes i privat regi.
- (32) Det er nødvendigt at definere politisk reklame som et konkret tilfælde af politisk reklame. Reklamer omfatter de metoder, der anvendes til at formidle reklamebudskabet, herunder på tryk, via radio- og TV-medier, på websteder, i søgemaskiner og streamingmedier eller via onlineplatformstjenester.
- (33) Definitionen af politiske aktører bør henvise til begreber, der er defineret i EU-retten og i national ret i overensstemmelse med internationale retsforskrifter såsom Europarådets. Definitionen af politiske aktører bør omfatte et politisk partis tilknyttede organer og underordnede organer, som er etableret med eller uden status som juridisk person med henblik på at støtte det eller forfølge dets mål, f.eks. ved at gå i dialog med en bestemt gruppe af vælgere eller med henblik på et særligt valgformål.
- (34) Definitionen af politiske aktører bør også omfatte kandidater til eller indehavere af ethvert folkevalgt embede og medlemmer af en regering i en medlemsstat på nationalt, regionalt eller lokalt plan eller af EU-institutioner, bortset fra Den Europæiske Unions Domstol, Den Europæiske Centralbank og Revisionsretten.

- (35) Definitionen af en politisk reklamekampagne bør henvise til udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering eller udbredelse af en række sammenhængende politiske reklamer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame på grundlag af fælles udarbejdelse, sponsorering eller finansiering.
- (36) Definitionen af politisk reklame bør ikke berøre nationale definitioner af politiske partier, politiske mål eller politiske kampagner eller ændre eller gribe ind i regler for politiske kampagner på nationalt plan.
- (37) Definitionen af politisk aktør bør ikke berøre nationale regler om, hvem der kan føre en politisk kampagne, og bør ikke forpligte medlemsstaterne til at vedtage sådanne regler.
- (38) For at dække den brede vifte af relevante tjenesteudbydere, der er knyttet til politiske reklametjenester, bør udbydere af politiske reklametjenester forstås således, at de omfatter udbydere, der beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering eller udbredelse af politiske reklamer. Udbydere af politiske reklametjenester kan f.eks. handle på vegne af sponsorer ved at tage initiativ til politiske reklametjenester på deres vegne.
- (39) Definitionen af udbydere af politiske reklametjenester bør ikke omfatte udbydere, der leverer rent accessoriske tjenester i forbindelse med politiske reklametjenester. Accessoriske tjenester er tjenester, som leveres i tillæg til og supplerer politisk reklame, men som ikke har direkte indflydelse på indholdet eller præsentationen heraf og ikke har direkte kontrol over udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen eller udbredelsen heraf. Sådanne tjenester kan inkludere transport, finansiering og investering, indkøb, salg, catering, markedsføring, computertjenester, rengøring, vedligehold, posttjenester, trykktjenester og grafisk, lydmæssigt eller fotografisk design.

- (40) En sponsor bør defineres som den person eller enhed, på hvis vegne den politiske reklame udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes, f.eks. en individuel kandidat til et valg eller et politisk parti, og som normalt er den person eller enhed, der yder betaling som modydelse for politiske reklametjenester.
- (41) Politiske reklameudgivere bør defineres som udbydere af politiske reklametjenester, som regel til sidst i kæden af tjenesteudbydere, der udgiver, leverer eller udbreder politisk reklame ved hjælp af radio og TV, giver adgang til den via en grænseflade eller på anden måde gør den til tilgængelig for offentligheden.
- (42) Udbydere af politiske reklametjenester har nogle opgaver, der støtter opfyldelsen af målene i denne forordning. Visse udbydere af politiske reklametjenester sender politisk reklame i radio og TV, giver adgang til politisk reklame via en grænseflade eller gør på anden måde politisk reklame tilgængelig for offentligheden og er i kraft af denne rolle i stand til at sikre, at dette sker i overensstemmelse med denne forordning, og at der sikres en høj grad af gennemsigtighed. De pågældende tjenesteudbydere bør derfor have et specifikt ansvar som politiske reklameudgivere, og det er nødvendigt, at de identificeres som sådanne.
- (43) En sponsor bør sandfærdigt erklære, om den pågældende reklame udgør politisk reklame som defineret i denne forordning, og i de sidste tre måneder forud for et valg eller en folkeafstemning, der afholdes på EU-plan eller på nationalt, regionalt eller lokalt plan i en medlemsstat, om sponsoren kan optræde som sponsor i henhold til denne forordning. Sponsoren bør være ansvarlig for rigtigheden af sådanne erklæringer. Når en reklame er klassificeret som politisk, bør den videre udbredelse heraf desuden stadig opfylde gennemsigtighedskrav og de dermed forbundne krav om rettidig omhu.

- (44) Eftersom det er vigtigt at garantere navnlig effektiviteten af reglerne om gennemsigtighedskrav og de dermed forbundne krav om rettidig omhu bør kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af politiske reklametjenester, sikre, at de oplysninger, der er nødvendige for at sætte udbydere af politiske reklametjenester i stand til at overholde denne forordning, videregives loyalt og fuldstændigt og nøjagtigt og uden unødigt forsinkelse. I tilfælde af erklæringer eller oplysninger, der er ufuldstændige, forældede eller urigtige, bør denne forordning indeholde bestemmelser om færdiggørelse, ajourføring eller rettelse af erklæringen eller oplysningerne. Dette bør ikke udgøre en generel forpligtelse for udbyderen af politiske reklametjenester til at overvåge sandfærdigheden af erklæringer vedrørende reklamers politiske karakter eller til at indlede overdreven eller omkostningskrævende udredning. For effektivt at gennemføre kravet om færdiggørelse, ajourføring eller rettelse af sådanne erklæringer eller oplysninger bør udbydere af politiske reklametjenester tilpasse deres onlinegrænseflader for at lette overholdelsen af de pågældende forpligtelser.
- (45) Udbydere af reklametjenester bør anse erklæringer eller oplysninger for at være åbenbart urigtige, hvis dette fremgår af reklamens indhold, sponsorens identitet eller den sammenhæng, hvori den relevante tjeneste leveres, uden yderligere verifikation eller udredning.

- (46) Politiske reklameudgivere, der også er meget store onlineplatforme og meget store onlinesøgemaskiner i den i forordning (EU) 2022/2065 anvendte betydning, bør omhyggeligt identificere, analysere og vurdere alle systemiske risici, deres politiske reklametjenester udgør, i forbindelse med deres risikovurderinger i henhold til artikel 34 i nævnte forordning og indføre rimelige, forholdsmæssige og effektive afbødende foranstaltninger i overensstemmelse med artikel 35 i nævnte forordning for at tackle de pågældende risici.
- (47) De regler om gennemsigtighedskrav og dermed forbundne krav om rettidig omhu, som er fastsat i denne forordning, bør kun finde anvendelse på politiske reklametjenester, dvs. politisk reklame, der normalt udbydes mod betaling, hvilket kan omfatte naturalydelser. De pågældende regler bør ikke finde anvendelse på indhold, der uploades af en bruger af en onlineformidlingstjeneste, såsom en onlineplatform, og udbredes af onlineformidlingstjenesten uden vederlag for placering, udgivelse, levering eller udbredelse af det specifikke budskab, medmindre brugeren har modtaget vederlag fra en tredjepart for den politiske reklame.
- (48) Reglerne om gennemsigtighedskrav og dermed forbundne krav om rettidig omhu bør heller ikke finde anvendelse på udveksling af oplysninger via elektroniske kommunikationstjenester såsom elektroniske meddelelsetjenester eller telefonsamtaler, så længe det ikke indebærer nogen politisk reklametjeneste.

- (49) Ytrings- og informationsfriheden, som er beskyttet ved artikel 11 i chartret, omfatter en persons ret til at have politiske meninger, modtage og meddele politiske oplysninger og dele politiske tanker. Enhver begrænsning af denne frihed skal være i overensstemmelse med artikel 52 i chartret. Denne frihed kan gøres til genstand for ændringer og begrænsninger, hvis de er nødvendige og begrundet i legitime samfundsmæssige hensyn og er i overensstemmelse med EU-rettens almindelige principper om eksempelvis proportionalitet og retssikkerhed. Dette er bl.a. tilfældet, når de politiske idéer formidles via udbydere af politiske reklametjenester. Ytrings- og informationsfriheden er en af hjørnestenene i en livlig demokratisk debat.
- (50) Denne forordning bør ikke indebære, at medlemsstaterne skal træffe foranstaltninger, som strider mod grundlæggende principper om ytrings- og informationsfrihed, navnlig pressefrihed og frihed til at udtrykke sig i andre medier, som følger af forfatningsmæssige traditioner, eller regler om pressens eller andre mediers rettigheder og ansvar samt om de proceduremæssige garantier herfor, for så vidt disse regler vedrører fastlæggelse eller begrænsning af ansvar.

- (51) For så vidt angår onlineformidlere finder forordning (EU) 2022/2065 anvendelse på politiske reklamer, der udgives eller udbredes af onlineformidlere gennem horisontale regler, der finder anvendelse på alle former for onlinereklame, herunder kommercielle og politiske reklamer. De gennemsigtighedskrav, der er fastsat for reklameudgivere, der er omfattet af anvendelsesområdet for forordning (EU) 2022/2065, navnlig meget store onlineplatforme, bør detaljeres yderligere på grundlag af definitionen af politisk reklame i denne forordning. Dette gælder især oplysninger om finansiering af politiske reklamer. Kravene i denne forordning bør ikke berøre forordning (EU) 2022/2065.
- (52) Udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen og udbredelsen af politiske reklamer kan involvere en kompleks kæde af udbydere af politiske reklametjenester. Det er særlig tilfældet, hvis valget af reklameindhold, valget af målretnings- og reklameleveringskriterier, leveringen af data, der anvendes til målretning og levering af en reklame, bestemmelserne om målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker, leveringen af en reklame og udbredelsen heraf kan være kontrolleret af forskellige tjenesteudbydere.

Desuden kan sponsorer også være involveret i forskellige faser af udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen og udbredelsen af politisk reklame. Tilsvarende kan en dataansvarlig med henblik på målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker fastlægge formålene med og midlerne til behandlingen sammen med andre dataansvarlige, eller behandlingsaktiviteten kan udføres af en anden enhed på vegne af den dataansvarlige. I lyset af retspraksis ved Den Europæiske Unions Domstol kan der også etableres fælles dataansvar, når kun én enhed har adgang til de pågældende personoplysninger. På grund af deres forskellige bidrag, nemlig definition af målretningsparametre, udpegelse af datakategorier og -behandling i forbindelse med visning af reklamer, vil tjenesteudbydere og sponsorer regelmæssigt i fællesskab træffe afgørelse om midlerne til og formålene med behandling af personoplysninger til politisk reklame, og de kan derfor betragtes som fælles dataansvarlige i henhold til artikel 26 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679⁷ og artikel 28 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725⁸. Det er derfor nødvendigt at fastsætte en klar ansvarsfordeling mellem de forskellige enheder i henhold til nærværende forordning.

⁷ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 af 27. april 2016 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af direktiv 95/46/EF (generel forordning om databeskyttelse) (EUT L 119 af 4.5.2016, s. 1).

⁸ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 af 23. oktober 2018 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger i Unionens institutioner, organer, kontorer og agenturer og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af forordning (EF) nr. 45/2001 og afgørelse nr. 1247/2002/EF (EUT L 295 af 21.11.2018, s. 39).

- (53) I situationer, hvor der som følge af en kunstig kommerciel eller aftalt konstruktion er fare for, at de i denne forordning fastsatte gennemsigtighedsforpligtelser omgås, bør disse forpligtelser finde anvendelse på den eller de enheder, der rent faktisk leverer reklametjenesten.
- (54) Selv om der fastsættes specifikke krav, bør de forpligtelser, der fastsat i denne forordning, ikke forstås således, at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig tilsynsforpligtelse for så vidt angår politisk indhold, der deles af fysiske eller juridiske personer, eller at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig forpligtelse til at træffe proaktive foranstaltninger i forbindelse med ulovligt indhold, som disse udbydere videregiver eller lagrer.
- (55) For at støtte overholdelsen af kravene i denne forordning, navnlig kravene om anvendelse af målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker i forbindelse med politisk onlinereklame, opfordres udbydere af formidlingstjenester til at lette identificeringen af politisk reklame, der uploades eller udbredes direkte af brugerne via deres onlineformidlingstjenester. Udbydere af formidlingstjenester kan f.eks. stille effektive mekanismer til rådighed for brugerne til at angive, at en reklame er politisk.

- (56) Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bør give enkeltpersoner mulighed for at forstå, at de har med en politisk reklame at gøre. Politiske reklameudgivere bør sikre, at der sammen med hver politisk reklame offentliggøres en klar erklæring om, at der er tale om en politisk reklame, og andre oplysninger såsom sponsors identitet, den politiske kampagne, som reklamen indgår i, og om den har været genstand for målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker. Hvis det er relevant, kan sponsors navn omfatte et politisk logo. Politiske reklameudgivere bør sikre, at politiske reklamer mærkes korrekt, og bør gøre brug af mærkning, der fungerer efter hensigten, og som indeholder de nærmere angivne oplysninger, herunder en klar angivelse af, hvor gennemsigtighedsmeddelelsen kan hentes. Kommissionen bør tillægges gennemførelsesbeføjelser til at vedtage gennemførelsesretsakter med henblik på at fastlægge formatet og modellen for mærkerne og sikre, at de er tilpasset det anvendte medie, under hensyntagen til den seneste teknologiske udvikling og markedsudviklingen, relevant videnskabelig forskning og bedste praksis.

- (57) Med henblik på at støtte ansvarligheden i den politiske proces bør de oplysninger, der skal gives i en gennemsigtighedsmeddelelse, også omfatte identiteten af sponsoren og, hvor det er relevant, af den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren. Det bør klart angives, hvor sponsoren er etableret, og hvorvidt sponsoren er en fysisk eller juridisk person. Personoplysninger om enkeltpersoner, der er involveret i politisk reklame, og som ikke har forbindelse til sponsoren eller andre involverede politiske aktører, bør ikke angives i gennemsigtighedsmeddelelsen. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør også indeholde oplysninger om udbredelsesperioden, ethvert dermed forbundet valg, udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist for den specifikke reklame samt for hele den politiske reklamekampagne, kilden til de anvendte midler og andre oplysninger til sikring af en rimelig udbredelse af den politiske reklame. Oplysninger om kilden til de anvendte midler vedrører f.eks. deres offentlige eller private oprindelse, og hvorvidt den har oprindelse i eller uden for Unionen. Oplysninger om tilknyttede valg eller folkeafstemninger bør så vidt muligt omfatte et link til oplysninger fra officielle kilder om afholdelsen af og bestemmelserne for deltagelse eller fremme af deltagelse i de pågældende valg eller folkeafstemninger. Hvis en politisk reklame offentliggøres på ny, efter at den er blevet suspenderet eller stoppet på grund af en overtrædelse af denne forordning, bør dette anføres i gennemsigtighedsmeddelelserne, så det sikres, at enkeltpersoner gøres behørigt opmærksom herpå. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør straks være tilgængelig, når reklamen udgives eller udbredes, og de oplysninger, den indeholder, bør holdes ajour. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør endvidere indeholde oplysninger om, hvordan politiske reklamer anmeldes i overensstemmelse med den procedure, der er fastsat i denne forordning. Dette krav bør ikke berøre bestemmelserne om anmeldelse i forordning (EU) 2022/2065.

- (58) For at sikre øget gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame er det nødvendigt at indsamle og fremlægge oplysninger om rækkevidden af politisk reklame og enkeltpersoners berøring hermed i den relevante gennemsigtighedsmeddelelse. Budskabets rækkevidde vedrører data, der gør det muligt at kvantificere den geografiske fordeling og antallet af personer, der har set, modtaget eller på anden måde interageret med den politiske reklame, herunder antallet af visninger, eksponeringer og klik. Berøring med budskabet vedrører data, der gør det muligt at kvantificere enkeltpersoners interaktion med politisk onlinereklame målt på forskellige måder, herunder perioden for interaktion med den politiske reklame. Relevante standarder for udarbejdelsen af mærkning og gennemsigtighedsmeddelelser for politiske reklamer bør adressere kvantificeringen af rækkevidde og berøring.
- (59) Præsentationen af oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen kan variere afhængigt af de anvendte midler. Med henblik på at sikre, at det er let at få fat på oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen i offlinereklamer, kan der f.eks. anvendes et særligt link til websiden, en Quick Response-kode ("QR-kode") eller tilsvarende brugervenlige tekniske foranstaltninger. Kravet om, at oplysningerne om gennemsigtighedsmeddelelsen bl.a. skal være klart synlige, bør indebære, at de indtager en fremtrædende plads i eller sammen med reklamen. Kravet om, at de oplysninger, der offentliggøres i gennemsigtighedsmeddelelsen, skal være let tilgængelige, maskinlæsbare, hvis det er teknisk muligt, og brugervenlige, bør medføre, at behovene hos personer med handicap imødekommes, ved at man opfylder gældende tilgængelighedskrav, herunder, når det er teknisk muligt, ved at gøre oplysningerne tilgængelige via mere end én sensorisk kanal. For at kunne tage hensyn til den seneste teknologiske udvikling og markedsudviklingen, relevant videnskabelig forskning og bedste praksis og for at sikre, at gennemsigtighedsmeddelelserne er tilpasset det anvendte medie, bør Kommissionen tillægges gennemførelsesbeføjelser til at vedtage gennemførelsesretsakter, der fastlægger deres format og fastsætter tekniske specifikationer.

- (60) Hvis politisk reklame gøres tilgængelig elektronisk, herunder via et onlinemedie, er det nødvendigt, at den ledsagende gennemsigtighedsmeddelelse også bør være tilgængelig elektronisk og i et maskinlæsbart format. Politisk reklame, der kun gøres tilgængelig via et offlinemedie, såsom trykte foldere eller trykte aviser, kan ledsages af gennemsigtighedsmeddelelser, som også kun gøres tilgængelige via et offlinemedie, og som indgår i samme trykte folder eller avis. Hvis politisk reklame imidlertid gøres tilgængelig via et offlinemedie, og gennemsigtighedsmeddelelsen gøres tilgængelig elektronisk, bør gennemsigtighedsmeddelelsen også være i et maskinlæsbart format.
- (61) Oplysninger bør betragtes som maskinlæsbare, hvis de leveres i et format, som softwareapplikationer automatisk kan behandle uden menneskelig indgriben, navnlig med henblik på at identificere, genkende og udtrække specifikke data fra dem.
- (62) Gennemsigtighedsmeddelelser bør udformes med henblik på at øge brugernes bevidsthed og bidrage til en klar identifikation af den politiske reklame som værende en sådan. De bør udformes således, at de fastholdes eller forbliver tilgængelige, hvis en politisk reklame udbredes yderligere, f.eks. gennem opslag på en anden platform eller videresendelse mellem enkeltpersoner. Oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen bør offentliggøres, når udgivelsen af de politiske reklamer påbegyndes, og fastholdes, indtil udgivelsen afsluttes. Politiske reklameudgivere bør opbevare deres gennemsigtighedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer i en periode på syv år efter den sidste udgivelse og efter anmodning stille dem til rådighed.

- (63) Eftersom politiske reklameudgivere formidler politiske reklamer til offentligheden, bør de offentliggøre eller udbrede oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen til offentligheden sammen med udgivelsen eller udbredelsen af den politiske reklame. Hvis den politiske reklameudgiver på en hvilken som helst måde bliver opmærksom på, at en politisk reklame ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, f.eks. efter en individuel anmeldelse, bør vedkommende gøre sit bedste for at supplere eller rette de oplysninger, der kræves i henhold til denne forordning. Hvis oplysningerne ikke kan suppleres eller rettes uden unødigt forsinkelse, bør politiske reklameudgivere ikke formidle eller bør indstille udgivelsen eller udbredelsen af den politiske reklame, der ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, til offentligheden. I sådanne situationer bør politiske reklameudgivere underrette de pågældende udbydere af politiske reklametjenester og, hvis det er relevant, sponsoren om de rimelige skridt, der er taget for at opfylde kravene i denne forordning. Udgiveren bør underrette sponsoren eller den tjenesteyder, der handler på sponsorens vegne, om enhver beslutning, der træffes i denne forbindelse.

- (64) For at sikre offentliggørelse af de oplysninger om politisk onlinereklame, der kræves i henhold til denne forordning, og en effektiv adgang til dem for alle interesserede enkeltpersoner er det nødvendigt, at Kommissionen, direkte eller ved at overdrage dette ansvar til en forvaltningsmyndighed, opretter og sikrer forvaltningen af et offentligt register over alle politiske onlinereklamer, det europæiske register over politiske onlinereklamer. En eventuel uddelegering til en forvaltningsmyndighed bør gøres til genstand for de nødvendige reguleringsmæssige tilpasninger. For at støtte enkeltpersoners adgang til oplysninger, herunder for at lette arbejdet for interesserede aktører såsom forskere i deres særlige rolle, og for at støtte frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og fair valgkampagner, bl.a. ved nøje at undersøge sponsorerne af politiske reklamer og analysere det politiske reklamemiljø, bør det nævnte register omfatte en funktionalitet, der muliggør adgang til politisk onlinereklame sammen med de oplysninger, der kræves i henhold til denne forordning, i en nærmere fastsat periode via en fælles portal. For at støtte politiske reklameudgivere, der ikke er meget store onlineplatforme eller meget store onlinesøgemaskiner som omhandlet i forordning (EU) 2022/2065, bør det nævnte register omfatte en hostingtjeneste, der sikrer gratis adgang til den politiske onlinereklame og de oplysninger, der offentliggøres sammen med den. De pågældende politiske reklameudgivere bør gøre de nødvendige oplysninger tilgængelige inden for en nærmere angivet periode. Politiske reklameudgivere og sponsorer bør fortsat være ansvarlige for de politiske reklamer og andre oplysninger, der gøres tilgængelige via det europæiske register over politiske onlinereklamer, herunder for deres fuldstændighed og nøjagtighed, og for at sikre, at de forbliver ajour.

For at sikre, at det europæiske register over politiske onlinereklamer fungerer efter hensigten, bør Kommissionen tillægges gennemførelsesbeføjelser til at vedtage gennemførelsesretsakter med henblik på at fastsætte detaljerede ordninger for driften af det nævnte register. Disse gennemførelsesretsakter bør bl.a. vedrøre en fælles datastruktur og applikationsprogrammeringsgrænseflade med henblik på at muliggøre overførsel af nødvendige oplysninger samt udtræk heraf fra registret, metadata med henblik på at lette onlinesøgemaskiners indeksering af politiske reklamer og deres optagelse i registret og standardiserede autentifikationsløsninger med henblik på at gøre det muligt at knytte gennemsigthedsoplysninger til de politiske reklamer samt autentificere versioner af oplysningerne.

- (65) Ved opfyldelsen af deres forpligtelser i henhold til denne forordning bør udbydere af politiske reklametjenester tage behørigt hensyn til de grundlæggende rettigheder og andre rettigheder og legitime interesser. Udbydere af politiske reklametjenester bør navnlig tage behørigt hensyn til ytrings- og informationsfriheden, herunder mediefriheden og mediernes pluralisme.

- (66) Desuden bør politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme eller meget store onlinesøgemaskiner som omhandlet i forordning (EU) 2022/2065, sikre, at oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen for hver politisk reklame gøres tilgængelige i de databaser med reklamer, der er omhandlet i artikel 39 i nævnte forordning, og at de er tilgængelige via det europæiske register over politiske onlinereklamer. De pågældende oplysninger bør gøres tilgængelige fra udgivelsestidspunktet og holdes ajour og stilles til rådighed i overensstemmelse med en aftalt branchestandard for tilgængelighed, datastruktur og adgang ved hjælp af en fælles offentligt tilgængelig applikationsprogrammeringsgrænseflade.
- (67) I tilfælde, hvor udbyderen af den politiske reklametjeneste, der stiller kapacitet til rådighed for eller på anden måde lagrer og leverer indholdet af en politisk reklame, er forskellig fra udbyderen af den politiske reklametjeneste, som kontrollerer webstedet eller en anden grænseflade, der i sidste ende viser den politiske reklame, bør disse udbydere betragtes sammen som politiske reklameudgivere med ansvar for den specifikke tjeneste, de yder, således at der sikres mærkning og adgang til gennemsigtighedsmeddelelsen og relevante oplysninger. Deres kontraktlige aftaler bør muliggøre overholdelse af denne forordning.

- (68) Oplysninger om udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for politiske reklametjenester, kan med fordel bidrage til den politiske debat. Det er nødvendigt at sikre, at der kan skaffes passende overblik over politiske reklameaktiviteter i de årlige rapporter, der udarbejdes af de relevante politiske reklameudgivere. Til støtte for tilsyn og ansvarlighed bør der heri indgå oplysninger om udgifter til målretning eller levering af politisk reklame i den relevante periode, der er fordelt på kampagne, og som, hvis det er relevant, omfatter oplysninger, der er videregivet til de politiske reklameudgivere af andre enheder. For at undgå uforholdsmæssigt store byrder bør disse rapporteringsforpligtelser vedrørende gennemsigtighed ikke finde anvendelse på mikrovirksomheder, små virksomheder eller mellemstore virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU.

- (69) Politiske reklameudgivere, der leverer politiske reklametjenester, bør indføre mekanismer, der gør det muligt for fysiske eller juridiske personer at meddele reklameudgiverne, at en bestemt politisk reklame, som de har udgivet, ikke opfylder kravene i denne forordning. Civilsamfundsorganisationer, menneskerettighedsorganisationer, organisationer, der fungerer som vagthund, journalister og andre interesserede enheder spiller en afgørende rolle i den henseende. De mekanismer, der skal anvendes i forbindelse hermed, bør være lette at tilgå og anvende og bør tilpasses den form for reklame, der distribueres af den politiske reklameudgiver. Disse mekanismer bør så vidt muligt kunne tilgås fra selve reklamen, f.eks. på den politiske reklameudgivers websted. Politiske reklameudgivere bør om nødvendigt indføre tekniske foranstaltninger til sikring af minimumsstandards for IT-sikkerhed, herunder foranstaltninger til forebyggelse af automatiserede anmeldelser. Politiske reklameudgivere bør kunne benytte eksisterende mekanismer, hvor det er relevant. Eksempelvis bør politiske reklameudgivere, hvis de er udbydere af onlinehostingtjenester, jf. forordning (EU) 2022/2065, for så vidt angår politiske reklamer, der hostes på anmodning af modtagerne af deres tjenester, kunne benytte anmeldelsesmekanismerne og handlepligten i henhold til nævnte forordning til anmeldelser vedrørende sådanne reklamers manglende overensstemmelse med denne forordning. Er disse mekanismer ikke til rådighed, bør enkeltpersoner kunne indberette en sådan politisk reklame direkte til de kompetente myndigheder.

- (70) For at sikre en konsekvent gennemførelse af de mekanismer, der gør det muligt at anmelde politisk reklame, som potentielt ikke opfylder kravene, bør Kommissionen udarbejde retningslinjer, især for at støtte udarbejdelsen af passende tekniske specifikationer for mekanismerne, der er tilpasset til audiovisuelle og trykte medier samt online- og offlinereklamer.
- (71) Politiske reklameudgivere bør undersøge og behandle de anmeldelser, der modtages i henhold til denne forordning, omhyggeligt, uden forskelsbehandling og objektivt. Politiske reklameudgivere bør bekræfte modtagelsen af anmeldelsen og, alt efter hvad der er relevant, underrette den fysiske eller juridiske person, der har foretaget anmeldelsen, om opfølgningen på anmeldelsen og oplyse om klagemulighederne, herunder, hvor det er relevant, dem i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2020/1828⁹, med hensyn til den reklame, som anmeldelsen vedrører. For at sikre, at berørte sponsorer og udbydere af politiske reklametjenester er opmærksomme på virkningen af anmeldelser, bør den politiske reklameudgiver også underrette de berørte sponsorer eller udbydere af politiske reklametjenester om alle relevante foranstaltninger, som de træffer som følge af anmeldelser. For at sikre, at disse mekanismer fungerer effektivt i den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning, som er særlig følsom, bør politiske reklameudgivere, der ikke betragtes som mikrovirksomheder, små virksomheder eller mellemstore virksomheder i henhold til artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU, behandle anmeldelser, som de modtager om en reklame, der er knyttet til det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, inden for 48 timer, forudsat at anmeldelsen kan behandles fuldstændigt på grundlag af oplysningerne i anmeldelsen.

⁹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2020/1828 af 25. november 2020 om adgang til anlæggelse af gruppesøgsmål til beskyttelse af forbrugernes kollektive interesser og om ophævelse af direktiv 2009/22/EF (EUT L 409 af 4.12.2020, s. 1).

- (72) Enhver foranstaltning, der træffes af en politisk reklameudgiver, bør være nøje målrettet, i den forstand at den først og fremmest bør tjene til at rette eller supplere de krævede oplysninger og kun som en sidste udvej for at fjerne specifikke oplysninger, der ikke opfylder kravene i denne forordning. I den forbindelse bør den politiske reklameudgiver tage behørig hensyn til ytrings- og informationsfriheden og andre grundlæggende rettigheder.
- (73) For at give visse enheder mulighed for at varetage deres demokratiske funktion bør der fastsættes regler for videregivelse af oplysninger, der offentliggøres sammen med den politiske reklame eller indgår i gennemsigtighedsmeddelelsen, til berørte aktører såsom kontrolunderlagte forskere, journalister, civilsamfundsorganisationer og anerkendte valgobservatører med henblik på at støtte deres respektive roller i den demokratiske proces. Udbydere af politiske reklametjenester bør ikke være forpligtet til at besvare anmodninger, der er uklare, overdrevne eller vedrører oplysninger, som de ikke er i besiddelse af. Den relevante udbyder af politiske reklametjenester bør desuden kunne opkræve et rimeligt gebyr i tilfælde af betydelige omkostninger under hensyn til de administrative omkostninger, der er forbundet med at give oplysningerne.

- (74) Personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra enkeltpersoner eller indirekte som f.eks. via observerede eller afledte data, hvor enkeltpersoner grupperes efter deres formodede interesser eller udledes af deres onlineaktivitet, adfærdsprofilering og andre analyseteknikker, anvendes i stigende grad til at rette politiske budskaber mod grupper, enkelte vælgere eller enkeltpersoner og til at forstærke deres virkning. På grundlag af behandlingen af personoplysninger, navnlig særlige kategorier af personoplysninger i henhold til forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725, kan forskellige grupper af vælgere eller enkeltpersoner segmenteres, og deres karakteristika eller sårbarheder udnyttes, f.eks. ved at udbrede reklamer på bestemte tidspunkter og på specifikke steder med henblik på at udnytte situationer, hvor de ville være følsomme over for en bestemt type oplysninger eller et budskab. En sådan behandling af personoplysninger kan i særlig grad skade enkeltpersoners grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder, som f.eks. retten til at blive behandlet retfærdigt og lige, til ikke at blive manipuleret, til at modtage objektive oplysninger, til at danne sig deres egen mening, til at træffe politiske beslutninger og til at udøve deres stemmeret. Den indvirker endvidere negativt på den demokratiske proces, da den skaber grobund for opsplitning af den offentlige debat om vigtige samfundsmæssige problemstillinger, selektiv henvendelse og i sidste ende manipulation af vælgerkorpsen. Den øger også risikoen for spredning af informationsmanipulation og udenlandsk indblanding. Vildledende eller hemmelige politiske reklamer udgør en trussel, fordi de påvirker de kernemekanismer, der understøtter vores demokratiske samfunds måde at fungere på. Der bør fastsættes yderligere restriktioner og betingelser sammenlignet med dem, der er fastlagt i forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725. Kravene i denne forordning for anvendelse af målretnings- og reklameleveringsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame, bør baseres på artikel 16 i TEUF.

- (75) I overensstemmelse med EU-retten bør dataansvarlige som defineret i artikel 4, nr. 7), i forordning (EU) 2016/679 sikre, at individuelle afgørelser ikke berøres af mørke mønstre, der enten bevidst eller i praksis i væsentlig grad forvrider eller forringer enkeltpersoners selvstændige og informerede afgørelser, bl.a. gennem anvendelsen af forhåndsafkrydsede felter og andre forudindtagede og uigennemsigtige teknikker, som fører eller foranlediger enkeltpersoner til at træffe bestemte afgørelser, som de ellers ikke havde truffet. Systematisk brug af mørke mønstre, uklare samtykkeaftaler, vildledende information og utilstrækkelig tid til at læse vilkår og betingelser anvendes vidt og bredt inden for online-reklamebranchen til at forhindre enkeltpersoner i at få klar information og have kontrol med situationen. Regler, der hindrer mørke mønstre, bør ikke forstås således, at de forhindrer dataansvarlige i at interagere direkte med enkeltpersoner. Dataansvarlige bør dog afholde sig fra gentagne gange at anmode en enkeltperson om at træffe et valg, hvis et sådant valg allerede er truffet, fra at gøre tilbagetrækningen af samtykket væsentligt mere besværlig end at give det, fra at gøre visse valg vanskeligere eller mere tidskrævende end andre eller fra at anvende standardindstillinger, der er meget vanskelige at ændre, og som på urimelig vis skævvrider enkeltpersoners beslutningstagning på en måde, der forvrider og forringer deres autonomi, beslutningstagning og valgmuligheder. Mekanismerne til at opnå afgørelser fra enkeltpersoner bør være klare og lette at anvende, og alternativernes relative fremtrædende placering bør ikke søge at påvirke personens afgørelse. De oplysninger, der gives til enkeltpersoner i den henseende, bør være kortfattede, affattes på et klart og forståeligt sprog og være let, synligt og direkte tilgængelige.

- (76) Politiske reklameudgivere, som er udbydere eller brugere af reklameleveringsteknikker, bør tilskyndes til at levere løsninger, der minimerer muligheden for forskelsbehandling i forbindelse med levering af politiske reklamer, som bygger på behandling af personoplysninger.
- (77) Målretnings- og reklameleveringsteknikker, der omfatter profilering ved hjælp af særlige kategorier af personoplysninger som omhandlet i forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725, bør forbydes i forbindelse med politisk onlinereklame. Det bør ikke være muligt at kunne påberåbe sig de undtagelser, der er fastsat i artikel 9, stk. 2, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, i forordning (EU) 2018/1725, ved anvendelsen af disse teknikker i forbindelse med politisk onlinereklame. Anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger, bortset fra særlige kategorier af personoplysninger, i forbindelse med politisk onlinereklame bør kun være tilladt, hvis den er baseret på personoplysninger indsamlet fra de registrerede og med deres udtrykkelige samtykke, der er givet særskilt med henblik på politisk reklame.
- I anerkendelse af den rolle, som politiske partier, fonde, foreninger eller andre nonprofitorganer spiller i vores demokrati, bør sådanne begrænsninger ikke påvirke deres mulighed for at kommunikere med deres medlemmer og tidligere medlemmer og for at formidle oplysninger, såsom nyhedsbreve, der er knyttet til deres politiske aktiviteter, når de udelukkende er baseret på abonnementsdata og baseret på personoplysninger, som de har leveret. Forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725 finder anvendelse på behandling af personoplysninger, og udtrykkeligt samtykke bør forstås som samtykke som omhandlet i disse forordninger. Målretnings- og reklameleveringsteknikker kan, når de anvendes på de betingelser, der er fastsat i denne forordning, være nyttige med hensyn til at udbrede politisk reklame og information og nå ud til og informere borgerne.

- (78) Dataansvarlige bør ikke anvende personoplysninger, der er indhentet fra tredjeparter, med henblik på målretning eller reklamelevering af politisk reklame. For at bidrage til at forebygge manipulerende mikromålretning er det afgørende, at udbydere af politiske reklametjenester træffer specifikke foranstaltninger til at sikre, at de personoplysninger, der indsamles og behandles med henblik på målretning og reklamelevering af politisk reklame, begrænses til, hvad der er nødvendigt i forhold til dette formål, f.eks. ved at begrænse tilgængeligheden af muligheder for målretning og reklamelevering af politisk reklame, der tilbydes tjenestemodtagere, til dem, som kun kræver en kombination af op til fem kategorier.
- (79) Kravet om, at målretning eller reklamelevering af politisk reklame ikke må baseres på profilering ved hjælp af særlige kategorier af personoplysninger, omfatter profilering ved hjælp af særlige kategorier af personoplysninger, der vurderes ud fra personoplysninger, som ikke i sig selv er særlige kategorier af personoplysninger. Dette kan f.eks. være tilfældet, hvis en dataansvarlig anvender personoplysninger, som ikke er særlige kategorier af personoplysninger, til at kategorisere registrerede som personer, der har visse religiøse, filosofiske eller politiske overbevisninger, og uanset om denne kategorisering er korrekt eller ej. Det bør ikke have betydning, hvordan kategorien er mærket, hvis behandlingen af personoplysninger afslører en særlig kategori af personoplysninger. Hvis brugeren af et socialt onlinenetværk besøger en bestemt side eller anvender en app eller en anden onlinefunktion eller -tjeneste, som en eller flere af de kategorier, der er omhandlet i artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679, vedrører, og i givet fald afgiver personoplysninger i forbindelse med registrering, afgiver en onlineordre eller på anden måde interagerer med det sociale netværk, bør den behandling af personoplysninger, der foretages af operatøren af dette sociale onlinenetværk, betragtes som "behandling af særlige kategorier af personoplysninger" som omhandlet i nævnte artikel, som i princippet er forbudt, når denne databehandling gør det muligt at afsløre oplysninger, der henhører under en af disse kategorier, uanset om disse oplysninger vedrører en bruger af det pågældende sociale netværk eller enhver anden fysisk person. Dette er tilfældet, uanset om den registrerede blev gjort opmærksom på hensigten om at anvende sådanne oplysninger med henblik på målretning eller reklamelevering af politiske reklamer på det tidspunkt, hvor de blev indsamlet.

- (80) Samtykke til behandling af personoplysninger gives og trækkes tilbage i overensstemmelse med forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725. Et sådant samtykke bør gives i form af en klar bekræftelse eller erklæring, der indebærer en frivillig, specifik, informeret og utvetydig tilkendegivelse af den registreredes accept af behandling af personoplysninger med henblik på politisk reklame. Med henblik på denne forordning bør der desuden gives udtrykkeligt og særskilt samtykke til politiske reklameformål. Med henblik på denne forordning, herunder især hvis der indhentes samtykke til behandling af personoplysninger med henblik på at målrette eller levere politiske reklamer under leveringen af en onlinetjeneste, bør samtykke indhentes af dataansvarlige ved at præsentere en brugervenlig løsning for den registrerede, så vedkommende kan give, ændre eller tilbagetrække samtykke på en udtrykkelig, klar og ligetil måde. Dataansvarlige bør ikke udforme, organisere og drive grænseflader på en måde, der vildleder, manipulerer eller på anden måde væsentligt forvrider eller indskrænker den registreredes evne til frit at give samtykke til dette specifikke formål. Med henblik på denne forordning kan kravet om at indhente samtykke til behandling af personoplysninger ikke undgås ved at fastslå, at den registrerede har gjort de pågældende personoplysninger tilgængelige for offentligheden. Det bør være lige så let at tilbagetrække samtykke til behandling af personoplysninger med henblik på målretning eller levering af politisk reklame som at give det. Det bør ikke være vanskeligere eller mere tidskrævende for en registreret at nægte eller at tilbagetrække samtykke end at give samtykke. Elektroniske signaler, der angiver den enkeltes ønske om ikke at modtage politisk reklame, bør respekteres.

- (81) I lyset af Domstolens dom af 4. juli 2023 i sag C-252/21¹⁰, Meta Platforms m.fl. (Almindelige betingelser for anvendelse af et socialt netværk), bør registrerede i forbindelse med politisk reklame frit kunne nægte at give deres samtykke til bestemte former for databehandling uden at være forpligtet til helt at afholde sig fra at få adgang til en onlinetjeneste. Som Domstolen har fastslået, bør disse brugere tilbydes et tilsvarende alternativ, der ikke ledsages af en sådan databehandling.
- (82) Meget unge mennesker udgør en særlig sårbar gruppe, som kan udnyttes gennem misbrug af målretnings- og reklameleveringsteknikker. Selv om disse personer endnu ikke har stemmeret, kan der målrettet gås efter dem specifikt for at manipulere debatten. Målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker, der involverer behandling af personoplysninger for en registreret, om hvem det med rimelig sikkerhed vides, at vedkommende er mindst et år under den valgrets alder, der er fastsat ved nationale regler, bør derfor forbydes i forbindelse med politisk reklame.
- (83) For at sikre øget gennemsigtighed og ansvarlighed bør de dataansvarlige ved anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker i forbindelse med politisk onlinereklame, der indebærer behandling af personoplysninger, indføre yderligere gennemsigtighedskrav. Sådanne krav bør bl.a. omfatte vedtagelse af en politik, der beskriver anvendelsen af sådanne teknikker og de vigtigste parametre, fører registre over deres anvendelse, sikrer foretagelsen af en årlig risikovurdering af anvendelsen af disse teknikker på de grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder og sammen med en angivelse af, at en reklame er en politisk reklame, giver yderligere oplysninger, der er nødvendige for, at den berørte person kan forstå begrundelsen herfor.

¹⁰ Domstolens dom af 4. juli 2023, Meta Platforms m.fl. (Almindelige betingelser for anvendelse af et socialt netværk), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) Kravene om gennemsigtighed og ansvarlighed bør gælde for alle dataansvarlige, uanset om den dataansvarlige handler i egen egenskab, handler sammen med udbyderen af politiske reklametjenester eller er den samme enhed som den politiske reklameudgiver. Hvis den dataansvarlige ikke er den samme som den politiske reklameudgiver, bør den dataansvarlige videregive de interne retningslinjer til den politiske reklameudgiver og sikre, at andre oplysninger, der er nødvendige for at overholde denne forordning, videregives rettidigt og korrekt til den politiske reklameudgiver.
- (85) Udbydere af politiske reklametjenester bør videregive de oplysninger, der er nødvendige for at overholde forpligtelserne i denne forordning, til den politiske reklameudgiver. Videregivelsen af sådanne oplysninger kan være automatiseret og integreret i de almindelige forretningsprocesser på basis af standarder.
- (86) For yderligere at sætte enkeltpersoner i stand til at udøve deres databeskyttelsesrettigheder bør de politiske reklameudgivere stille yderligere oplysninger og effektive værktøjer til rådighed for den pågældende registrerede til støtte for udøvelsen af deres rettigheder i henhold til EU's databeskyttelsesregler, herunder til at ændre deres personoplysninger eller trække deres samtykke tilbage, når de gøres til genstand for en målrettet politisk reklame. Disse oplysninger bør også være lette at hente direkte fra gennemsigtighedsmeddelelsen. De værktøjer, der stilles til rådighed for enkeltpersoner til støtte for udøvelsen af deres rettigheder, bør effektivt kunne forhindre, at en enkeltperson gøres til genstand for målrettede politiske reklamer, og forhindre målretning på basis af specifikke kriterier og af en eller flere specifikke dataansvarlige.

- (87) De oplysninger, der skal fremlægges i overensstemmelse med alle de krav, der gælder for anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker i henhold til denne forordning, bør præsenteres i et format, der er let tilgængeligt, klart synligt, brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog, og egnet for personer med handicap.
- (88) Der bør fastsættes regler for videregivelse af oplysninger om målretning og reklamelevering til andre berørte enheder. Den gældende ordning bør være i overensstemmelse med den ordning for videregivelse af oplysninger, der er knyttet til gennemsigtighedskravene.
- (89) Udbydere af politiske reklametjenester, der er etableret i et tredjeland, og som præsterer tjenesteydelser i Unionen, bør udpege en bemyndiget retlig repræsentant i Unionen, som er registreret hos den kompetente myndighed, der er udpeget af hver enkelt medlemsstat, for at muliggøre et effektivt tilsyn i henhold til denne forordning for så vidt angår disse udbydere. Den retlige repræsentant kan være den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 27 i forordning (EU) 2016/679, eller den retlige repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 13 i forordning (EU) 2022/2065. Medlemsstaterne bør føre et offentligt tilgængeligt register over alle retlige repræsentanter, der er registreret på deres område i henhold til denne forordning, og Kommissionen bør oprette og vedligeholde en offentligt tilgængelig portal med links til de websteder, som medlemsstaterne har stillet til rådighed. I betragtning af betydningen af dette krav for en effektiv håndhævelse af denne forordning i forhold til udbydere af politiske reklametjenester, der er etableret i et tredjeland, og for at opretholde lige vilkår for alle udbydere af politiske reklametjenester i det indre marked, bør medlemsstaterne i mangel af en udpeget retlig repræsentant træffe passende foranstaltninger for at sikre overholdelse af denne forordning, bl.a. ved at indstille udgivelsen eller udbredelsen af de relevante politiske reklamer, hvis overholdelse ikke kan sikres på anden måde.

- (90) For at sikre et effektivt tilsyn inden for rammerne af denne forordning er det nødvendigt at give tilsynsmyndighederne kompetence til at overvåge og håndhæve de relevante regler og sikre, at de har de nødvendige midler til at udføre deres opgaver i henhold til denne forordning. Afhængigt af hver enkelt medlemsstats retssystem og i overensstemmelse med gældende EU-ret, herunder forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2022/2065, kan der med henblik herpå udpeges forskellige nationale retslige eller administrative myndigheder.
- (91) For så vidt angår tilsyn med onlineformidlingstjenester inden for rammerne af denne forordning bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder og sikre, at et sådant tilsyn stemmer overens med det tilsyn, som føres af de kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til artikel 49 i forordning (EU) 2022/2065. De koordinatore for digitale tjenester, der er udpeget i henhold til nævnte forordning, bør i hver medlemsstat under alle omstændigheder være ansvarlige for at sikre koordinering på nationalt plan med hensyn til disse spørgsmål og om nødvendigt indgå i et grænseoverskridende samarbejde med andre koordinatore for digitale tjenester i overensstemmelse med de mekanismer, der er fastsat i nævnte forordning. I forbindelse med anvendelsen af denne forordning bør denne mekanisme begrænses til det nationale samarbejde mellem koordinatorene for digitale tjenester og bør ikke udvides til EU-niveau som fastsat i forordning (EU) 2022/2065. I det omfang, at Kommissionen har enekompetence til at føre tilsyn med og kontrollere, at meget store onlineplatforme og meget store onlinesøgemaskiner som omhandlet i forordning (EU) 2022/2065 overholder de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning, bør Kommissionen vurdere, om disse aktører har overholdt deres forpligtelser vedrørende det europæiske register over politiske onlinereklamer.

- (92) For så vidt angår tilsyn med de aspekter af denne forordning, der ikke henhører under tilsynsmyndighedernes kompetence i henhold til forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725, bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder, der skal føre tilsyn med og håndhæve de relevante regler. For at støtte opretholdelsen af de grundlæggende rettigheder og frihedsrettighederne, retsstatsprincippet, de demokratiske principper og borgernes tillid til tilsynet med politiske reklame er det nødvendigt, at disse myndigheder er upartiske, strukturelt uafhængige af indblanding udefra eller politisk pres og har passende beføjelser til effektivt at overvåge og træffe de nødvendige foranstaltninger til at sikre overholdelsen af denne forordning, navnlig af mærknings- og gennemsigtighedskravene. Selv om medlemsstaterne kan udpege de nationale tilsynsmyndigheder eller -organer, der er udpeget i henhold til artikel 30 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU¹¹, kan de også udpege andre myndigheder såsom valgmyndigheder eller retslige myndigheder.
- (93) For at bistå tilsynsmyndighederne med deres opgaver bør Kommissionen anmode Det Europæiske Databeskyttelsesråd om at udstede retningslinjer til de tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679, om behandling af særlige kategorier af personoplysninger med henblik på at målrette eller levere politiske reklamer, herunder om betingelserne for at indhente samtykke med henblik på at målrette eller levere politiske reklamer og samarbejdet mellem sådanne myndigheder og andre myndigheder med ansvar for anvendelsen og håndhævelsen af kravene i nærværende forordning.

¹¹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester) (EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1).

- (94) Uafhængige tilsynsmyndigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679 bør støttes med henblik på at gøre fuld brug af deres beføjelser i medfør af nævnte forordning til at føre tilsyn med beskyttelsen af personoplysninger i henhold til denne forordning, herunder i henhold til samarbejdsproceduren, sammenhængsmekanismen og især hasteproceduren. Perioden forud for valg eller folkeafstemninger er særlig vigtig i forbindelse med politiske kampagner for at påvirke borgerne til at danne politiske holdninger og udøve deres stemmeret. Denne periode er også særlig følsom med hensyn til overtrædelser af de gældende regler, fordi afhjælpende foranstaltninger normalt skal være på plads inden valget for at kunne være effektive. Derfor kan overtrædelser af de regler, der finder anvendelse på behandling af personoplysninger med henblik på målretning af politisk reklame i denne periode, have en særlig væsentlig negativ indvirkning på borgernes rettigheder, herunder deres frie meningsdannelse uden unødige forstyrrelser og informationsfrihed. For at sikre en hurtig indsats for at beskytte fysiske personers rettigheder og frihedsrettigheder i den kritiske periode, inden stemmeafgivelsen finder sted under et valg, bør databeskyttelsesmyndighederne sikre, at de er i stand til at handle hurtigt for at håndhæve de berørte registreredes rettigheder. Med dette formål for øje bør databeskyttelsesmyndighederne gøre brug af den vifte af værktøjer, der er fastsat i forordning (EU) 2016/679, med henblik på at samarbejde og bistå hinanden, herunder eventuelt hasteproceduren i artikel 66 i nævnte forordning.
- (95) Selv om de kompetente myndigheder, der er ansvarlige for anvendelsen af denne forordning, ikke må afvige fra de afgørelser, som er truffet af de tilsynsmyndigheder, der er ansvarlige for anvendelsen af forordning (EU) 2016/679, jf. artikel 51 i nævnte forordning, kan disse kompetente myndigheder være nødt til at vurdere, om den politiske reklame overholder nævnte forordning med henblik på nærværende forordning. I henhold til artikel 4, stk. 3, i TEU skal disse kompetente myndigheder og disse tilsynsmyndigheder samarbejde loyalt med hinanden og respektere deres respektive beføjelser og kompetencer for at sikre en ensartet anvendelse af begge forordninger.

- (96) Hvis der allerede findes regler i EU-retten om videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder og samarbejde med og mellem disse myndigheder såsom artikel 9 i forordning (EU) 2022/2065 eller reglerne fastsat i forordning (EU) 2016/679, bør disse regler finde tilsvarende anvendelse på de relevante bestemmelser i nærværende forordning.
- (97) For at støtte den effektive anvendelse af, tilsynet med og håndhævelsen af bestemmelserne i denne forordning, og uden at det berører forordning (EU) 2016/679, (EU) 2018/1725 og (EU) 2022/2065, er det nødvendigt at fastslå, hvilken kompetent myndighed der bør være ansvarlig, hvis de politiske reklametjenester leveres i mere end én medlemsstat, eller hvis udbyderen af politiske reklametjenester udfører sine primære aktiviteter uden for den medlemsstat, hvor dennes hjemsted eller udpegede repræsentant er beliggende. Hvis en tjenesteudbyder leverer politiske reklametjenester i mere end én medlemsstat, bør den eller de kompetente myndigheder i den medlemsstat, hvor udbyderen af de politiske reklametjenester befinder sig, normalt være ansvarlig for den effektive anvendelse af, tilsynet med og håndhævelsen af bestemmelserne i denne forordning. Ved afgørelsen af, hvor en udbyder af politiske reklametjenester har sit hjemsted, bør de kompetente myndigheder tage hensyn til, hvor denne udbyder har sit hovedkontor eller vedtægtsmæssige hjemsted, og hvor de vigtigste økonomiske funktioner og den operationelle kontrol udøves.
- (98) Ved udøvelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesbeføjelser bør de kompetente myndigheder i alle medlemsstater samarbejde med og bistå hinanden efter behov. Hvis en formodet overtrædelse af denne forordning kun involverer den eller de kompetente myndigheder, hvor udbyderen af politiske reklametjenester ikke har sit hjemsted, bør den eller de relevante kompetente myndigheder underrette den kompetente myndighed for hjemstedet, som bør vurdere sagen i overensstemmelse hermed og i givet fald træffe de nødvendige undersøgelses- og håndhævelsesforanstaltninger.

- (99) For yderligere at lette en effektiv anvendelse og håndhævelse af denne forordning i tilfælde af levering af grænseoverskridende tjenester, hvor undersøgelsen af en påstået overtrædelse af denne forordning vedrører levering af politiske reklametjenester i en eller flere medlemsstater, hvor udbyderen ikke har sit hjemsted, bør den kompetente myndighed for hjemstedet kunne iværksætte og lede en fælles undersøgelse med deltagelse af den eller de berørte kompetente myndigheder.
- (100) De myndigheder, der har kompetence til at føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning, bør samarbejde på både nationalt plan og på EU-plan ved at gøre bedst mulig brug af eksisterende strukturer, herunder nationale samarbejdsnetværk, Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk som omhandlet i Kommissionens henstilling af 12. september 2018 om valgsamarbejdsnetværk, gennemsigtighed online, beskyttelse mod cybersikkerhedshændelser og bekæmpelse af desinformationskampagner i forbindelse med valgene til Europa-Parlamentet, Det Europæiske Råd for Digitale Tjenester, som er oprettet i henhold til forordning (EU) 2022/2065 og Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester, der er nedsat ved direktiv 2010/13/EU, hvis det er relevant. Et sådant samarbejde bør fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål, der vedrører udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at identificere overtrædelser, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af relevante regler.

- (101) For at sikre et effektivt og struktureret samarbejde mellem alle kompetente myndigheder om alle aspekter af denne forordning bør de nationale kontaktpunkter, der udpeges af medlemsstaterne, mødes regelmæssigt på EU-plan inden for rammerne af netværket af nationale kontaktpunkter. For at styrke samarbejdet og udvekslingen af oplysninger og praksis på EU-plan bør netværket arbejde tæt sammen med Det Europæiske Valgsamarbejdsnetværk, Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester og andre relevante netværk eller organer.
- (102) For at lette en effektiv anvendelse af de forpligtelser, der er fastsat i forordningen, er det nødvendigt at give de nationale myndigheder beføjelse til at anmode udbydere af politiske reklametjenester om relevante oplysninger om gennemsigtheden i politiske reklamer. Oplysninger, der skal videregives til de kompetente myndigheder, kan vedrøre en reklamekampagne, opdeles efter år eller vedrøre specifikke reklamer. For at sikre, at anmodninger om sådanne oplysninger kan efterkommes på en effektiv måde, og at udbydere af politiske reklametjenester samtidig ikke pålægges uforholdsmæssige byrder, er det nødvendigt at fastsætte visse betingelser for disse anmodninger. Navnlig med henblik på rettidig overvågning af en valgproces bør udbydere af politiske reklametjenester reagere hurtigt på anmodninger fra kompetente myndigheder og inden for en bestemt periode. I løbet af den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning bør overtrædelse af disse forpligtelser anses for at have en negativ og alvorlig indvirkning på borgernes rettigheder, og udbydere af politiske reklametjenester bør derfor fremlægge de ønskede oplysninger inden for en kortere bestemt periode. Udbydere af politiske reklametjenester, der betragtes som mikrovirksomheder eller små virksomheder i henhold til artikel 3, stk. 1 og 2, i direktiv 2013/34/EU, bør give de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse og om muligt inden datoen for valget eller folkeafstemningen. Af hensyn til retssikkerheden og i overensstemmelse med retten til at gøre indsigelse bør anmodninger om oplysninger fra en kompetent myndighed indeholde en fyldestgørende begrundelse og oplysninger om tilgængelige klagemuligheder.

En sådan begrundelse er ikke nødvendigvis påkrævet, hvis offentliggørelsen af grundene til at anmode om oplysninger klart ville bringe forebyggelsen, afsløringen, efterforskningen og retsforfølgningen i straffesager eller sager om alvorlige administrative forseelser i fare. Grovheden af en administrativ forseelse, der berettiger en sådan undtagelse, bør ikke blot fastsættes under hensyntagen til størrelsen af den bøde eller sanktion, der kan pålægges i henhold til denne forordning, men også de negative virkninger, den kan få for et valg eller en folkeafstemning eller en lovgivningsproces. Udbydere af politiske reklametjenester bør udpege et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente myndigheder. Sådanne kontaktpunkter kan være elektroniske. Det følger af Den Europæiske Unions Domstols faste praksis, at beskyttelsen af både fysiske og juridiske personer mod offentlige myndigheders vilkårlige eller uforholdsmæssige indgreb i forhold af privat karakter udgør et generelt princip i EU-retten. Denne beskyttelse kan påberåbes af en person som en rettighed, der er sikret ved EU-retten som omhandlet i chartrets artikel 47, stk. 1, med henblik på ved retsinstanserne at anfægte en bebyrdende retsakt såsom en afgørelse om påbud om meddelelse af oplysninger eller en sanktionsafgørelse truffet som følge af manglende efterkommelse af dette påbud.

- (103) Medlemsstaterne bør udpege en kompetent myndighed som nationalt kontaktpunkt på EU-plan med henblik på anvendelsen af denne forordning. Kontaktpunktet bør om muligt være medlem af det europæiske valgsamarbejdsnetværk. Det nationale kontaktpunkt bør fremme samarbejdet blandt de kompetente myndigheder mellem medlemsstaterne om deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver, navnlig ved at formidle kontakten med de nationale kontaktpunkter i andre medlemsstater og med de øvrige kompetente myndigheder i dets egen medlemsstat.

- (104) Medlemsstaternes myndigheder bør sikre, at sponsorer eller udbydere af politiske reklametjenester, der tilsidesætter de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning, pålægges bøder eller økonomiske sanktioner eller, hvis det er relevant, andre foranstaltninger, herunder tvangsbøder. I forbindelse hermed bør de tage hensyn til overtrædelsens art, grovhed, gentagne karakter og varighed set i lyset af de samfundsmæssige hensyn, der varetages, omfanget og arten af de aktiviteter, der udføres, samt, hvis det er relevant, den krænkende parts økonomiske formåen og størrelse. Medlemsstaternes myndigheder bør endvidere lægge vægt på, om den pågældende sponsor eller udbyder af politiske reklametjenester systematisk eller gentagne gange undlader at opfylde disse forpligtelser, herunder ved at forsinke videregivelsen af oplysninger til berørte enheder, samt, hvis det er relevant, om udbyderen af politiske reklametjenester er aktiv i flere medlemsstater. Sanktioner bør i hvert enkelt tilfælde være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning under behørig hensyntagen til, at der stilles tilstrækkelige og tilgængelige proceduremæssige garantier til rådighed, og navnlig behovet for at sikre, at den politiske debat forbliver åben og tilgængelig. Visse forpligtelser spiller en afgørende rolle for en effektiv opfyldelse af målene i denne forordning, og overtrædelser af disse forpligtelser bør betragtes som særlig alvorlige.

- (105) Det bør være muligt for enkeltpersoner eller enheder at indgive klager til de kompetente myndigheder for at underrette dem om omstændigheder, der kan udgøre en overtrædelse af denne forordning. Det bør erindres, at andre administrative procedurer, der er fastsat i EU-retten, også kan finde anvendelse i den forbindelse. Registrerede har f.eks. ret til at indgive klager til de tilsynsmyndigheder, der er udpeget i henhold til forordning (EU) 2016/679, over overtrædelser vedrørende behandlingen af deres personoplysninger. Det er desuden muligt for enkeltpersoner eller enheder at indgive klager til de koordinatore for digitale tjenester, der er udpeget i henhold til forordning (EU) 2022/2065, mod udbydere af formidlingstjenester vedrørende påståede overtrædelser af nævnte forordning. Uden at det berører disse procedurer eller andre tilgængelige administrative procedurer eller retsmidler, bør de kompetente myndigheder behandle sådanne klager, bl.a. ved at underrette klageren om opfølgningen på klagen. Når en kompetent myndighed underrettes om en klage, der henhører under en kompetent myndigheds kompetence i en anden medlemsstat, bør den uden unødigt forsinkelse videresende klagen til den pågældende kompetente myndighed.
- (106) De kompetente myndigheders udøvelse af beføjelser efter denne forordning bør være underlagt fornødne proceduremæssige garantier i overensstemmelse med EU-retten og national ret, bl.a. effektive retsmidler og en forskriftsmæssig procedure.
- (107) For at støtte tjenesteudbydere og andre interesserede enheders overholdelse af denne forordning bør de gives rettidige og let tilgængelige oplysninger om datoerne for valg og folkeafstemninger. Medlemsstaterne bør derfor offentliggøre datoerne for deres valg og folkeafstemninger og, hvis det er relevant, datoerne for deres stemmeafgivningsperioder. Disse oplysninger bør være let tilgængelige og rettidige. De bør også stille disse oplysninger til rådighed for offentligheden via en portal, der stilles til rådighed af Kommissionen, umiddelbart efter bekendtgørelsen af disse datoer.

- (108) For at støtte de nationale kompetente myndigheders effektive gennemførelse af denne forordning opfordres Kommissionen til om nødvendigt at udarbejde retningslinjer for identificering af politisk reklame og for anvendelse af sanktioner.
- (109) For at opfylde målene i denne forordning bør beføjelsen til at vedtage retsakter i overensstemmelse med artikel 290 i TEUF delegeres til Kommissionen for så vidt angår de oplysninger, der skal medtages i gennemsigtighedsmeddelelsen og for så vidt angår oplysningerne om anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker. Det er navnlig vigtigt, at Kommissionen gennemfører relevante høringer under sit forberedende arbejde, herunder på ekspertniveau, og at disse høringer gennemføres i overensstemmelse med principperne i den interinstitutionelle aftale af 13. april 2016¹² om bedre lovgivning. For at sikre lige deltagelse i forberedelsen af delegerede retsakter modtager Europa-Parlamentet og Rådet navnlig alle dokumenter på samme tid som medlemsstaternes eksperter, og deres eksperter har systematisk adgang til møder i Kommissionens ekspertgrupper, der beskæftiger sig med forberedelse af delegerede retsakter.
- (110) For at sikre ensartede betingelser for gennemførelsen af denne forordning bør Kommissionen tillægges gennemførelsesbeføjelser som angivet heri. Disse beføjelser bør udøves i overensstemmelse med Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 182/2011¹³.

¹² EUT L 123 af 12.5.2016, s. 1.

¹³ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 182/2011 af 16. februar 2011 om de generelle regler og principper for, hvordan medlemsstaterne skal kontrollere Kommissionens udøvelse af gennemførelsesbeføjelser (EUT L 55 af 28.2.2011, s. 13).

- (111) Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet bør Kommissionen forelægge en offentlig rapport om evalueringen og revisionen af denne forordning. Ved udarbejdelsen af denne rapport bør Kommissionen også tage hensyn til gennemførelsen af denne forordning i forbindelse med andre valg og folkeafstemninger, der finder sted i Unionen.
- (112) Eftersom målene i denne forordning, nemlig at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester og fastsætte regler for anvendelse af målretnings- og reklameleveringsteknikker i forbindelse med udgivelse og udbredelse af politisk reklame, ikke i tilstrækkelig grad kan opfyldes af medlemsstaterne og derfor bedre kan opfyldes på EU-plan, kan Unionen vedtage denne forordning i overensstemmelse med nærhedsprincippet, jf. artikel 5 i TEU. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet, jf. nævnte artikel, går denne forordning ikke videre, end hvad der er nødvendigt for at nå disse mål.

- (113) Denne forordning berører ikke de regler, der er fastsat ved direktiv 2000/31/EF¹⁴, 2002/58/EF¹⁵, 2005/29/EF¹⁶, 2006/114/EF¹⁷, 2006/123/EF¹⁸, 2010/13/EU og 2011/83/EU¹⁹ og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150²⁰ samt forordning (EU) 2022/2065, herunder reglerne om formidleransvar for tjenesteydere i nævnte forordnings artikel 4, 5, 6 og 8. Nærværende forordning bør supplere gældende EU-ret om databeskyttelse, navnlig forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725 og direktiv 2002/58/EF.

-
- ¹⁴ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked ("Direktivet om elektronisk handel") (EFT L 178 af 17.7.2000, s. 1).
- ¹⁵ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/58/EF af 12. juli 2002 om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred i den elektroniske kommunikationssektor (direktiv om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation) (EUT L 201 af 31.7.2002, s. 37).
- ¹⁶ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 ("direktivet om urimelig handelspraksis") (EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22).
- ¹⁷ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/114/EF af 12. december 2006 om vildledende og sammenlignende reklame (EUT L 376 af 27.12.2006, s. 21).
- ¹⁸ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/123/EF af 12. december 2006 om tjenesteydelser i det indre marked (EUT L 376 af 27.12.2006, s. 36).
- ¹⁹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2011/83/EU af 25. oktober 2011 om forbrugerrettigheder, om ændring af Rådets direktiv 93/13/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 1999/44/EF samt om ophævelse af Rådets direktiv 85/577/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF (EUT L 304 af 22.11.2011, s. 64).
- ²⁰ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1150 af 20. juni 2019 om fremme af retfærdighed og gennemsigtighed for erhvervsbrugere af onlineformidlingstjenester (EUT L 186 af 11.7.2019, s. 57).

- (114) Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse er blevet hørt i overensstemmelse med artikel 42, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725 og afgav en udtalelse den 20. januar 2022²¹ —

VEDTAGET DENNE FORORDNING:

²¹ EUT C 145 af 1.4.2022, s. 12.

Kapitel I

Almindelige bestemmelser

Artikel 1

Genstand og formål

1. Ved denne forordning fastsættes:
 - a) harmoniserede regler, herunder gennemsigtighedsforpligtelser og dermed forbundne forpligtelser til rettidig omhu, for levering af politisk reklame og relaterede tjenester og, hvis det er relevant, for sponsorer om indsamling, opbevaring, offentliggørelse og offentliggørelse af oplysninger vedrørende leveringen af sådanne tjenester i det indre marked
 - b) harmoniserede regler for anvendelse af målretnings- og reklameleveringsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med levering af politisk onlinereklame
 - c) overvågning og håndhævelse af denne forordning, herunder vedrørende samarbejde og koordinering mellem de kompetente myndigheder.
2. Politiske anskuelser og andet redaktionelt indhold, uanset hvilket medium de kommer til udtryk i, og som er omfattet af redaktionelt ansvar, betragtes ikke som politisk reklame, medmindre der ydes specifik betaling eller andet vederlag for eller i forbindelse med tredjeparters forberedelse, placering, promovering, offentliggørelse, levering eller formidling heraf.

3. Politiske anskuelser, der udtrykkes i personlig egenskab, betragtes ikke som politisk reklame.
4. Formålet med denne forordning er:
 - a) at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester
 - b) at beskytte de grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder, der er nedfældet i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder, navnlig retten til privatlivets fred og beskyttelse af personoplysninger.

Artikel 2

Anvendelsesområde

1. Denne forordning finder anvendelse på politisk reklame, hvis den politiske reklame udbredes i Unionen, bringes ud i offentligheden i en eller flere medlemsstater eller er rettet mod unionsborgere, uanset hvor udbyderen af politiske reklametjenester er etableret eller sponsorens bopæl eller hjemsted, og uanset hvilke midler der anvendes.
2. Denne forordning berører ikke indholdet i politiske reklamer eller EU-regler eller nationale regler, der regulerer andre aspekter vedrørende politisk reklame end dem, der er omfattet af denne forordning, herunder reglerne om tilrettelæggelse, finansiering og gennemførelse af politiske kampagner, reglerne om generelle forbud mod eller begrænsninger af politisk reklame i bestemte perioder og, hvis det er relevant, reglerne om stemmeafgivningsperioder.

3. Denne forordning berører ikke bestemmelserne i følgende:

- a) direktiv 2000/31/EF
- b) direktiv 2002/58/EF
- c) direktiv 2005/29/EF
- d) direktiv 2006/114/EF
- e) direktiv 2006/123/EF
- f) direktiv 2010/13/EU
- g) direktiv 2011/83/EU
- h) forordning (EU) 2019/1150
- i) forordning (EU) 2022/2065.

Artikel 3

Definitioner

I denne forordning forstås ved:

- 1) "tjeneste": enhver selvstændig erhvervsvirksomhed, der normalt udføres mod betaling, jf. artikel 57 i TEUF
- 2) "politisk reklame": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering eller udbredelse på en hvilken som helst måde af et budskab, der normalt ydes mod betaling eller gennem interne aktiviteter eller som led i en politisk reklamekampagne:
 - a) af, for eller på vegne af en politisk aktør, medmindre den er af rent privat eller kommerciel karakter, eller
 - b) som kan og har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en stemmeadfærd eller en lovgivnings- eller reguleringsproces på EU-plan eller nationalt, regionalt eller lokalt plan,

og omfatter ikke:

- i) meddelelser fra medlemsstaternes eller Unionens officielle kilder, der udelukkende er begrænset til afholdelse af og bestemmelser for deltagelse i valg eller folkeafstemninger, herunder kandidaturerne og det spørgsmål, der skal sættes til folkeafstemning, eller for fremme af deltagelse i valg eller folkeafstemninger

- ii) offentlig kommunikation, der har til formål at give officielle oplysninger til offentligheden fra, for eller på vegne af en hvilken som helst offentlig myndighed i en medlemsstat eller fra, for eller på vegne af Unionen, herunder fra, for eller på vegne af regeringsmedlemmer, forudsat at den ikke forventes at have eller har til formål at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, stemmeadfærden eller en lovgivnings- eller reguleringsproces, og
 - iii) præsentation af kandidaterne på bestemte offentlige steder eller i medierne, som udtrykkeligt er fastsat ved lov, og som tildeles gratis, samtidig med at der sikres ligebehandling af kandidaterne.
- 3) "politisk reklame": et konkret tilfælde af politisk reklame, der udgives, leveres eller udbredes på en hvilken som helst måde
- 4) "politisk aktør": en af følgende:
- a) et politisk parti som defineret i artikel 2, nr. 1), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014 eller en enhed med direkte eller indirekte tilknytning til et sådant politisk partis aktivitetsområde
 - b) en politisk alliance som defineret i artikel 2, nr. 2), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014
 - c) et europæisk politisk parti som defineret i artikel 2, nr. 3), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014

- d) en kandidat til eller indehaver af ethvert folkevalgt embede på EU-plan, nationalt, regionalt og lokalt plan eller en hvilken som helst ledende stilling i et politisk parti
 - e) et medlem af EU-institutionerne med undtagelse af Den Europæiske Unions Domstol, Den Europæiske Centralbank og Revisionsretten eller af en regering i medlemsstaterne på nationalt, regionalt eller lokalt plan
 - f) en politisk kampagneorganisation med eller uden status som juridisk person, der udelukkende er oprettet med henblik på at påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning
 - g) enhver fysisk eller juridisk person, der repræsenterer eller handler på vegne af de personer eller organisationer, der henvises til i litra a)-f), og som promoverer enhver af disse personers eller organisationers politiske mål.
- 5) "politisk reklametjeneste": en tjeneste bestående af politisk reklame, dog ikke en online-"formidlingstjeneste", jf. artikel 3, litra g), i forordning (EU) 2022/2065, der leveres uden vederlag for udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen, leveringen eller udbredelsen af den specifikke meddelelse
- 6) "udbyder af politiske reklametjenester": en fysisk eller juridisk person, som udbyder politiske reklametjenester, med undtagelse af rent accessoriske tjenester
- 7) "politisk reklamekampagne": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering eller udbredelse af en række indbyrdes forbundne politiske reklamer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame med udgangspunkt i fælles forberedelse, sponsorering eller finansiering

- 8) "meget stor onlineplatform": en onlineplatform, der er udpeget som en meget stor onlineplatform i henhold til artikel 33, stk. 4, i forordning (EU) 2022/2065
- 9) "meget stor onlinesøgemaskine": en onlinesøgemaskine, der er udpeget som en meget stor onlinesøgemaskine i henhold til artikel 33, stk. 4, i forordning (EU) 2022/2065
- 10) "sponsor": fysisk eller juridisk person, på hvis anmodning eller på hvis vegne en politisk reklame udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes
- 11) "målretningsteknikker": teknikker, der anvendes til at skræddersy en politisk reklame mod en bestemt person eller gruppe af personer eller til at udelukke dem på grundlag af behandling af personoplysninger
- 12) "reklameleveringsteknikker": optimeringsteknikker, der anvendes til at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk reklame på grundlag af den automatiske behandling af personoplysninger, og som kan tjene til at levere den politiske reklame udelukkende til en bestemt person eller gruppe af personer
- 13) "politisk reklameudgiver": en udbyder af politiske reklametjenester, som udgiver, leverer eller udbreder politisk reklame ved hjælp af et hvilket som helst medie
- 14) "dataansvarlig": en "dataansvarlig" i henhold til artikel 4, nr. 7), i forordning (EU) 2016/679 eller, hvis det er relevant, artikel 3, nr. 8), i forordning (EU) 2018/1725.

Artikel 4

Princip om det indre marked

1. Medlemsstaterne må af grunde, der vedrører gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, ikke opretholde eller indføre bestemmelser eller foranstaltninger, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning.
2. Bestemmelserne om politiske reklametjenester må ikke ophæves eller begrænses, herunder geografisk, af gennemsigtighedsgrunde, hvis kravene i denne forordning er opfyldt.

Artikel 5

Levering af politiske reklametjenester i Unionen

1. Udbydere af politiske reklametjenester må ikke gøre leveringen af deres tjenester til genstand for diskriminerende restriktioner, der udelukkende er baseret på sponsorens bopæl eller hjemsted.

Udbydere af politiske reklametjenester må ikke begrænse leveringen af deres tjenester til et "europæisk politisk parti" som defineret i artikel 2, nr. 3), i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014 eller til en politisk gruppe i Europa-Parlamentet udelukkende på grundlag af dets hjemsted.

2. Uden at det berører strengere nationale regler, må politiske reklametjenester vedrørende det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning i de sidste tre måneder forud for et valg eller en folkeafstemning, der afholdes på EU-plan eller på nationalt, regionalt eller lokalt plan i en medlemsstat, kun leveres til en sponsor eller en tjenesteyder, der handler på vegne af en sponsor, som erklærer at være:
- a) en unionsborger, eller
 - b) en tredjelandsskatsborger, der har fast bopæl i Unionen og har ret til at stemme ved dette valg eller den pågældende folkeafstemning i overensstemmelse med den nationale lovgivning i bopælsmedlemsstaten, eller
 - c) en juridisk person, der er etableret i Unionen, og som i sidste ende ikke ejes eller kontrolleres af en tredjelandsskatsborger, med undtagelse af tredjelandsskatsborgere som omhandlet i litra b), eller af en juridisk person, der er etableret i et tredjeland.

Kapitel II

Gennemsigtighedsforpligtelser og forpligtelser til rettidig omhu i forbindelse med politiske reklametjenester

Artikel 6

Gennemsigtighedsforpligtelser og forpligtelser til rettidig omhu i forbindelse med politiske reklametjenester

1. Politiske reklametjenester leveres på en gennemsigtig måde i overensstemmelse med de forpligtelser, der er fastsat i denne artikel, artikel 7-17 og artikel 21 i denne forordning.
2. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at der i de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste, gives mulighed for at overholde de relevante bestemmelser i denne forordning, inklusive bestemmelserne om fordeling af ansvar og dem om oplysningernes fuldstændighed og nøjagtighed.

Artikel 7

Identificering af politiske reklametjenester

1. En udbyder af reklametjenester anmoder sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, om at erklære, hvorvidt den reklametjeneste, de anmoder tjenesteudbyderen om at udføre, udgør en politisk reklametjeneste som omhandlet i artikel 3, stk. 5, og om de opfylder nogen af kravene i artikel 5, stk. 2. Sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, skal sandfærdigt afgive en sådan erklæring og er ansvarlige for, at den er nøjagtig.

2. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste, indeholder krav om, at sponsoren eller udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, afgiver erklæringen i overensstemmelse med denne artikels stk. 1, og giver de relevante oplysninger, der er nødvendige for at overholde artikel 9, stk. 1, artikel 11, stk. 1, og artikel 12, stk. 1. Disse oplysninger skal videregives fuldstændigt og nøjagtigt uden unødigt forsinkelse.
3. Sponsorer tilvejebringer og sikrer nøjagtigheden af de oplysninger, der er nødvendige for, at udbydere af politiske reklametjenester kan overholde artikel 9, stk. 1, litra a), d), e) og f), artikel 11, stk. 1, litra a)-d), og artikel 12, stk. 1, litra a), b), c), e), h) og k), før eller under perioden for udgivelse, levering eller udbredelse af den politiske reklame.

Hvis en sponsor eller en udbyder af reklametjenester, der handler på vegne af en sponsor, bliver bekendt med, at de oplysninger, som sponsoren har videregivet, har ændret sig, sikrer vedkommende, at de ajourførte oplysninger overføres til den relevante udbyder af politiske reklametjenester på en rettidig, fuldstændig og nøjagtig måde.

Hvis en sponsor eller en udbyder af reklametjenester, der handler på vegne af en sponsor, bliver bekendt med, at de oplysninger, der er videregivet til eller udgivet af den politiske reklameudgiver, er ufuldstændige eller unøjagtige, skal vedkommende uden unødigt forsinkelse kontakte den pågældende politiske reklameudgiver og videregive fuldstændige eller nøjagtige oplysninger til denne politiske reklameudgiver.

4. Udbydere af politiske reklametjenester kræver, at sponsorer eller udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, som afgiver en erklæring eller oplysninger i henhold til denne artikel, der er åbenlyst fejlagtige, retter denne erklæring eller disse oplysninger. Sponsorer eller udbydere af reklametjenester, der handler på sponsoreres vegne, skal foretage sådanne rettelser fuldstændigt og nøjagtigt uden unødigt forsinkelse.
5. Udbydere af reklametjenester, der anvender en onlinegrænseflade, sikrer, at deres onlinegrænseflade er udformet og tilrettelagt på en sådan måde, at sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, kan opfylde deres forpligtelser som omhandlet i stk. 1 i denne artikel og artikel 9, stk. 1.

Artikel 8
Identifikation af en politisk reklame

1. Med henblik på at afgøre, om et budskab udgør en politisk reklame, jf. artikel 3, nr. 2), litra b), skal der tages hensyn til dens karakteristika, herunder:
 - a) budskabets indhold
 - b) budskabets sponsor
 - c) det sprog, der anvendes til at formidle budskabet
 - d) den sammenhæng, hvori meddelelsen formidles, herunder den periode, i hvilken meddelelsen udbredes
 - e) de midler, hvormed meddelelsen udarbejdes, placeres, promoveres, udgives, leveres eller udbredes
 - f) målgruppen
 - g) budskabets formål.
2. Kommissionen udarbejder fælles retningslinjer, der skal bidrage til en korrekt anvendelse af denne artikel.

Artikel 9
Registrering

1. Udbydere af politiske reklametjenester opbevarer i det omfang, det er nødvendigt for at overholde denne forordning, de oplysninger, som de tilvejebringer i forbindelse med leveringen af deres tjenester, om følgende:
 - a) den politiske reklame eller politiske reklamekampagne, som tjenesten eller tjenesterne er knyttet til
 - b) den eller de specifikke tjenester, de har leveret i forbindelse med den politiske reklame
 - c) de beløb, som de har faktureret for den eller de leverede tjenester, og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for den eller de leverede tjenester
 - d) oplysninger om den offentlige eller private oprindelse af disse beløb og andre ydelser, der er omhandlet i litra c), samt om, hvorvidt de har oprindelse i eller uden for Unionen
 - e) identiteten af og kontaktoplysningerne for sponsoren af den politiske reklame og, hvis det er relevant, den enhed, der i sidste ende kontrollerer sponsoren, og for juridiske personers vedkommende deres hjemsted samt
 - f) hvis det er relevant, en angivelse af det valg, den folkeafstemning eller den lovgivnings- eller reguleringsproces, som den politiske reklame er knyttet til.

2. Udbydere af politiske reklametjenester gør en rimelig indsats for at sikre, at de oplysninger, der opbevares i henhold til stk. 1, er fuldstændige og nøjagtige.
3. De i stk. 1 omhandlede oplysninger afgives i skriftlig eller elektronisk form. Sådanne oplysninger opbevares i et maskinlæsbart format i en periode på syv år fra datoen for den seneste udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse, levering eller udbredelse, alt efter hvad der er relevant.
4. Denne artikel finder ikke anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, i direktiv 2013/34/EU, hvis leveringen af reklametjenester er helt marginal og supplerer deres hovedaktiviteter.

Artikel 10

Videregivelse af oplysninger til den politiske reklameudgiver

1. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de i artikel 9, stk. 1 omhandlede oplysninger rettidigt, fuldstændigt og nøjagtigt meddeles de politiske reklameudgivere, således at de kan opfylde deres forpligtelser under denne forordning.

Hver udbyder af politiske reklametjenester meddeler de i første afsnit omhandlede oplysninger under leveringen af en af de relevante tjeneste og i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder og ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis det er teknisk muligt.

Når den politiske reklameudgiver er den eneste udbyder af politiske reklametjenester, skal sponsoren meddele de relevante oplysninger til den politiske reklameudgiver.

2. Når en udbyder af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at de oplysninger, som den pågældende har meddelt, er blevet ændret, sikrer vedkommende, at disse ajourførte oplysninger meddeles til de relevante politiske reklameudgivere.

Artikel 11

Mærknings- og gennemsigtighedskrav i forbindelse med hver politisk reklame

1. Udgivere af politisk reklame sikrer, at hver politiske reklame formidles sammen med følgende oplysninger på en klar, fremtrædende og utvetydig måde:
 - a) en erklæring om, at der er tale om en politisk reklame
 - b) identiteten af sponsoren af den politiske reklame og, hvis det er relevant, det organ, der i sidste ende kontrollerer sponsoren
 - c) hvis det er relevant, det valg, den folkeafstemning eller den lovgivningsproces, som den politiske reklame er knyttet til
 - d) hvis det er relevant, en erklæring om, at den politiske reklame er blevet målrettet, eller der er brugt reklameleveringsteknikker
 - e) en gennemsigtighedsmeddelelse, der indeholder de oplysninger, som fremgår af artikel 12, stk. 1, eller en klar angivelse af, hvor den let og direkte kan hentes.
2. Politiske reklameudgivere sikrer, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, er fuldstændige. Politiske reklameudgivere sikrer nøjagtigheden af oplysningerne om, hvor den i stk. 1, litra e), omhandlede gennemsigtighedsmeddelelse kan hentes.

3. De oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, skal stilles til rådighed i form af mærker, der er tilpasset det anvendte medium.

Disse mærker skal være fremtrædende, gøre det let for personer at identificere en politisk reklame som en sådan og fastholdes i tilfælde af, at den politiske reklame udbredes yderligere.

4. Senest den ... [15 måneder efter datoen for denne forordnings ikrafttræden] vedtager Kommissionen gennemførelsesretsakter, der fastlægger formatet og modellen for de mærker, der er omhandlet i stk. 3. Disse gennemførelsesretsakter skal sikre, at mærker tilpasses det anvendte medie, herunder til audiovisuelle og trykte medier, samt online- og offlinereklamer, under hensyntagen til dette mediums særlige karakteristika samt den seneste teknologiske udvikling og markedsudviklingen, relevant videnskabelig forskning og bedste praksis.

Disse gennemførelsesretsakter vedtages efter undersøgelsesproceduren i artikel 29, stk. 2.

5. Medlemsstaterne, herunder de kompetente myndigheder, og Kommissionen tilskynder til udarbejdelse af frivillige adfærdscodekser, der bidrager til en korrekt anvendelse af denne bestemmelse, under hensyntagen til de relevante tjenesteudbyderes særlige karakteristika og mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders specifikke behov, jf. artikel 3, stk. 1, 2, og 3, i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 12
Gennemsigtighedsmeddelelser

1. Politiske reklameudgivere sikrer, at den gennemsigtighedsmeddelelse, der er omhandlet i artikel 11, stk. 1, litra e), indeholder følgende oplysninger:
 - a) identiteten på sponsoren og, hvis det er relevant, på det organ, der i sidste ende kontrollerer sponsoren, herunder deres navn, e-mailadresse og, hvis offentliggjort, deres postadresse og, hvis sponsor ikke er en fysisk person, den adresse, hvor sponsoren har sit hjemsted
 - b) de i litra a) krævede oplysninger om den fysiske eller juridiske person, der yder betaling som modydelse for den politiske reklame, hvis denne person er forskellig fra sponsoren eller fra det organ, der i sidste ende kontrollerer sponsoren
 - c) den periode, i hvilken den politiske reklame påtænkes udgivet, leveret og udbredt
 - d) de samlede beløb og den samlede værdi af andre ydelser, der er modtaget af udbyderne af politiske reklametjenester, herunder dem, som udgiveren helt eller delvist har modtaget for de politiske reklametjenester, og, hvis det er relevant, den politiske reklamekampagne

- e) oplysninger om den offentlige eller private oprindelse af de beløb og andre ydelser, der er omhandlet i litra d), samt om, hvorvidt de har oprindelse i eller uden for Unionen
- f) den metode, der er anvendt til beregning af de i litra d) nævnte beløb og værdier
- g) hvor det er relevant, en angivelse af valg eller folkeafstemninger eller den lovgivningsproces, som den politiske reklame er knyttet til
- h) hvis den politiske reklame er knyttet til specifikke valg eller folkeafstemninger, links til officielle oplysninger om de nærmere bestemmelser for deltagelse i det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning
- i) hvis det er relevant, links til det europæiske register over politiske onlinereklamer, der er nævnt i stk. 13
- j) oplysninger om de mekanismer, der er omhandlet i artikel 15, stk. 1
- k) hvis det er relevant, om en tidligere udgivelse af den politiske reklame eller af en tidligere version heraf er blevet suspenderet eller afbrudt på grund af en overtrædelse af denne forordning
- l) hvis det er relevant, en erklæring om, at den politiske reklame har været genstand for målretningsteknikker eller reklameleveringsteknikker på grundlag af behandling af personoplysninger, herunder de oplysninger, der er angivet i artikel 19, stk. 1, litra c) og e)
- m) hvis det er relevant og teknisk muligt, rækkevidden af den politiske reklame med hensyn til antallet af visninger og brugerinteraktion med den politiske reklame.

2. Politiske reklameudgivere sikrer, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, er fuldstændige.

Politiske reklameudgivere sikrer nøjagtigheden af oplysningerne i stk. 1, litra d), f), i), j) og m), før og under perioden for udgivelse, levering eller udbredelse af den politiske reklame.

Når udbyderen af politiske reklametjenester bliver opmærksom på, at oplysninger, der er videregivet til eller offentliggjort af den politiske reklameudgiver, er ufuldstændige eller unøjagtige, skal vedkommende uden unødigt forsinkelse kontakte den pågældende politiske reklameudgiver og videregive fuldstændige eller nøjagtige oplysninger til denne politiske reklameudgiver.

Hvis den politiske reklameudgiver på nogen måde bliver opmærksom på, at de oplysninger, der er omhandlet i artikel 11, stk. 1, og nærværende artikels stk. 1, er ufuldstændige eller unøjagtige, gør vedkommende den bedst mulige indsats, herunder ved at kontakte sponsoren eller udbyderne af politiske reklametjenester, for at supplere eller rette oplysningerne uden unødigt forsinkelse.

Hvis oplysningerne ikke kan suppleres eller rettes uden unødigt forsinkelse, skal den politiske reklameudgiver ikke gøre den politiske reklame tilgængelig eller skal uden unødigt forsinkelse ophøre med udgivelsen, leveringen eller udbredelsen af den politiske reklame.

Den politiske reklameudgiver underretter uden unødigt forsinkelse sponsorerne eller de pågældende udbydere af politiske reklametjenester om enhver beslutning, der træffes i forbindelse med femte afsnit i dette stykke.

3. Gennemsigtighedsmeddelelsen skal indgå i hver politisk reklame eller til enhver tid være let at hente under perioden for udgivelse af den politiske reklame.

Gennemsigtighedsmeddelelser ajourføres i hele den periode, hvor den politiske reklame udgives, præsenteres i et format, der er let tilgængeligt og, i det mindste når den politiske reklame gøres elektronisk tilgængelig, i et maskinlæsbart format. De skal være affattet på det sprog, der anvendes i den politiske reklame. Politiske reklameudgivere, der tilbyder tjenester i Unionen, sikrer, at gennemsigtighedsmeddelelserne opfylder gældende tilgængelighedskrav, herunder, når det er teknisk muligt, ved at gøre oplysningerne tilgængelige via mere end én sensorisk kanal.

Gennemsigtighedsmeddelelser er klart synlige og brugervenlige, herunder ved brug af almindeligt sprog.

4. Politiske reklameudgivere skal opbevare deres gennemsigtighedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer hertil i en periode på syv år efter den sidste udgivelse af den pågældende politiske reklame.
5. Denne artikels stk. 4 finder ikke anvendelse på mikrovirksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, i direktiv 2013/34/EU, forudsat at leveringen af reklametjenester er helt marginal og supplerer deres hovedaktiviteter.

6. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 28 med henblik på at ændre denne forordning ved at tilføje elementer til listen i nærværende artikels stk. 1 og ved at ændre nærværende stk. 1, litra f), i lyset af den teknologiske udvikling, markedspraksisser, relevant forskning, udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn samt relevant vejledning udstedt af kompetente organer, forudsat at en sådan ændring er nødvendig af hensyn til den politiske reklames bredere kontekst og mål.
7. Senest den ... [15 måneder efter datoen for denne forordnings ikrafttræden] vedtager Kommissionen gennemførelsesretsakter for at fastlægge formatet for og tilvejebringe tekniske specifikationer for gennemsigthedsmeddelelsen for at sikre, at den er tilpasset det anvendte medie, herunder til audiovisuelle og trykte medier samt online- og offlinereklamer, under hensyntagen til den seneste teknologiske udvikling og markedsudviklingen, relevant videnskabelig forskning og bedste praksisser og de særlige behov hos mikrovirksomheder og små og mellemstore virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, 2, og 3 i direktiv 2013/34/EU.

Disse gennemførelsesretsakter vedtages efter undersøgelsesproceduren i artikel 29, stk. 2.

Artikel 13

Europæisk register for politiske reklamer

1. Kommissionen opretter og sikrer, direkte eller ved at overdrage dette ansvar til en forvaltningsmyndighed, forvaltningen af et europæisk register over politiske onlinereklamer ("det europæiske register"), som er et offentligt register over alle politiske onlinereklamer, der udgives i Unionen eller er rettet til unionsborgere eller personer med bopæl i Unionen. Registret skal indeholde følgende:
 - a) en funktionalitet, der muliggør offentlig adgang til politiske onlinereklamer sammen med de oplysninger, som politiske reklameudgivere, der er omhandlet i artikel 12, stk. 1, giver for hver enkelt politisk onlinereklame fra tidspunktet for dens første udgivelse. Oplysningerne skal være tilgængelige i et maskinlæsbart format, muliggøre søgninger på flere kriterier og være offentligt tilgængelige via en fælles portal.
 - b) en hostingtjeneste, der sikrer tilgængeligheden af politisk onlinereklame og de oplysninger, der offentliggøres sammen med den, jf. artikel 12, stk. 1, i hele den periode, hvor den politiske reklame præsenteres, og i syv år efter, at den politiske reklame sidst blev præsenteret. Denne hostingtjeneste og adgang til den hostede information respekterer og berører ikke eventuelle retlige krav om fjernelse af den politiske reklame og af de oplysninger, der er offentliggjort sammen med den. Denne hostingtjeneste skal være gratis for de politiske reklameudgivere, der indgiver en politisk onlinereklame til det europæiske register.

2. Politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme og meget store onlinesøgemaskiner, sikrer, at hver politisk reklame sammen med de oplysninger, der er omhandlet i denne forordnings artikel 12, stk. 1, stilles til rådighed i en database, som omhandlet i artikel 39 i forordning (EU) 2022/2065. Desuden skal disse politiske reklameudgivere give adgang til disse oplysninger gennem det europæiske register fra udgivelsestidspunktet og i hele den periode, hvor de præsenterer den politiske reklame, og i syv år efter, at den politiske reklame sidst blev præsenteret på deres onlinegrænseflader.
3. Hvis politiske reklameudgivere fjerner eller deaktiverer adgangen til en specifik politisk reklame på grundlag af en påstået ulovlighed eller en uforenelighed med deres vilkår og betingelser, skal de fortsat give adgang til de oplysninger, der kræves i henhold til artikel 12, stk. 1, i denne forordning i den periode, der er omhandlet i artikel 9, stk. 2, i denne forordning. Dette krav berører ikke kravene i artikel 9, stk. 2, litra a), nr. i), artikel 17, stk. 3, litra a)-e), og artikel 39, stk. 3, i forordning (EU) 2022/2065.
4. Andre politiske reklameudgivere end dem, der er omhandlet i nærværende artikels stk. 2, og som udgiver politiske reklamer via en onlinetjeneste, skal gøre hver sådan politisk reklame og de oplysninger, der kræves i henhold til artikel 12, stk. 1, tilgængelige i det europæiske register senest 72 timer efter den første udgivelse af den politiske reklame.
5. Kommissionen eller i givet fald den i stk. 1 omhandlede forvaltningsmyndighed har intet ansvar for fuldstændigheden og nøjagtigheden af den politiske reklame og de oplysninger, der offentliggøres sammen med den, eller for dens overholdelse af relevant EU-ret eller national ret og andre gældende bindende regler.

6. Senest den ... [24 måneder efter datoen for denne forordnings ikrafttræden] vedtager Kommissionen gennemførelsesretsakter i overensstemmelse med artikel 29 med henblik på at fastsætte detaljerede ordninger for levering af en fælles datastruktur, standardiserede metadata for at lette inddragelsen af politiske reklamer i det europæiske register og onlinesøgemaskiners indeksering af politisk reklame, standardiseret autentifikation og en fælles applikationsprogrammeringsgrænseflade med henblik på at gøre det muligt at få adgang til de oplysninger, der offentliggøres online i henhold til denne forordning, via en fælles portal.

Når Kommissionen vedtager disse gennemførelsesretsakter, tager den hensyn til den teknologiske, markedsmæssige og videnskabelige udvikling og sigter mod at nå følgende mål:

- a) at gøre det muligt at få offentlig adgang til de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, 2 og 3, via det europæiske register
- b) at muliggøre en let offentlig adgang til onlinegennemsigtighedsmeddelelser ved hjælp af en fælles applikationsprogrammeringsgrænseflade, der gør det muligt at tilgå meddelelserne og søge i de relevante databaser
- c) at fremme tredjemands og offentlig adgang til gennemsigtighedsmeddelelser, herunder ved at gøre det muligt at analysere onlinegennemsigtighedsmeddelelser og præsentere dem via brugervenlige portal- og søgetjenester.

Artikel 14

Periodisk rapportering om politiske reklametjenester

1. Politiske reklameudgivere skal vedlagt deres ledelsesberetning, jf. artikel 19 i direktiv 2013/34/EU, medtage oplysninger om udgifterne til eller værdien af andre ydelser, der helt eller delvist er modtaget for de tjenester, som er ydet, herunder om anvendelsen af målretnings- og reklameleveringsteknikker, aggregeret efter kampagne.

Politiske reklameudgivere stiller de oplysninger, der er omhandlet i første afsnit, til rådighed for de kompetente myndigheder med ansvar for revision af eller tilsyn med politiske aktører, hvis sådanne myndigheder er etableret i henhold til national ret.

2. Denne artikels stk. 1 finder ikke anvendelse på mikrovirksomheder, små virksomheder eller mellemstore virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 15

Angivelse af eventuelt ulovlige politiske reklamer

1. Politiske reklameudgivere skal have indført de nødvendige mekanismer, der gør det muligt for fysiske eller juridiske personer at give dem en meddelelse, såfremt en bestemt politisk reklame, som de har offentliggjort, ikke opfylder kravene i denne forordning.
2. Mekanismerne, der er omhandlet i stk. 1, skal være gratis, brugervenlige og lette at tilgå, herunder fra gennemsigtighedsmeddelelsen. Hvis det er teknisk muligt, skal mekanismerne give mulighed for, at meddelelserne er i elektronisk format.

3. Disse mekanismer skal gøre det lettere at indgive præcise og underbyggede meddelelser til politiske reklameudgivere for at sætte dem i stand til at identificere de pågældende politiske reklamers manglende overholdelse af denne forordning. Med henblik herpå træffer politiske reklameudgivere de nødvendige foranstaltninger til at muliggøre og lette indgivelsen af meddelelser, der indeholder alle følgende elementer:
 - a) en velunderbygget forklaring af årsagerne til, at den fysiske eller juridiske person, der indgiver meddelelsen, hævder, at den pågældende politiske reklame ikke er i overensstemmelse med denne forordning
 - b) oplysninger, som gør det muligt at identificere den politiske reklame
 - c) navnet og en e-mailadresse på den fysiske eller juridiske person, der indgiver meddelelsen.
4. Politiske reklameudgivere skal uden unødigt forsinkelse sende en bekræftelse på modtagelsen af meddelelsen, jf. stk. 1, til den fysiske eller juridiske person, der har indgivet den.
5. Politiske reklameudgivere, som er meget store onlineplatforme og meget store onlinesøgemaskiner, skal uden unødigt forsinkelse:
 - a) undersøge og behandle de meddelelser, der modtages i henhold til stk. 1, omhyggeligt, uden forskelsbehandling og objektivt
 - b) underrette den fysiske eller juridiske person, der har foretaget den i stk. 1 omhandlede meddelelse, om, hvordan den er blevet fulgt op.

6. Politiske reklameudgivere, som ikke er meget store onlineplatforme og meget store onlinesøgemaskiner, skal uden unødigt forsinkelse:
- a) gøre deres bedste for at undersøge og behandle de meddelelser, der modtages i henhold til stk. 1, omhyggeligt, uden forskelsbehandling og objektivt
 - b) underrette, i det mindste på anmodning, den fysiske eller juridiske person, der har givet meddelelsen omhandlet i denne artikels stk. 1, om opfølgningen på den.
- Politiske reklameudgivere, som er mikrovirksomheder, jf. artikel 3, stk. 1, i direktiv 2013/34/EU, skal gøre deres bedste for at sikre overholdelse af nærværende stykke.
7. I den sidste måned før et valg eller en folkeafstemning behandler politiske reklameudgivere enhver meddelelse, som de modtager om en politisk reklame, der er knyttet til det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, inden for 48 timer, forudsat at meddelelsen kan behandles fuldstændigt på grundlag af oplysningerne i meddelelsen. Politiske reklameudgivere, der er mikrovirksomheder eller små eller mellemstore virksomheder, jf. artikel 3, stk. 1, 2, og 3, i direktiv 2013/34/EU, skal gøre deres bedste for at behandle enhver meddelelse, som de modtager om politiske reklamer i forbindelse med det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning, uden unødigt forsinkelse.
8. Politiske reklameudgivere skal give klare og brugervenlige oplysninger om klagemulighederne med hensyn til den politiske reklame, som meddelelsen vedrører, og, hvor det er relevant, om anvendelsen af automatiserede metoder til behandling af meddelelser.

9. Politiske reklameudgivere underretter uden unødigt forsinkelse de berørte sponsorer eller udbydere af politiske reklametjenester om eventuelle foranstaltninger, som de træffer efter underretninger i henhold til denne artikel, og som påvirker tilgængeligheden eller præsentationen af den pågældende politiske reklame.
10. Politiske reklameudgivere kan besvare gentagne meddelelser i henhold til stk. 1 vedrørende den samme reklame eller reklamekampagne samlet, herunder ved brug af automatiserede værktøjer eller ved henvisning til et opslag på deres websted for den pågældende politiske reklameudgiver.
11. Kommissionen kan efter høring af det netværk af nationale kontaktpunkter, der er omhandlet i artikel 22, stk. 8, udstede retningslinjer for at bistå politiske reklameudgivere med anvendelsen af denne artikel.

Artikel 16

Videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder

1. Med henblik på at verificere overholdelsen af artikel 9, 11, 12 og 14 har de kompetente nationale myndigheder beføjelse til at anmode udbydere af politiske reklametjenester om at videregive alle nødvendige oplysninger. De videregivne oplysninger skal være fuldstændige, nøjagtige og pålidelige og fremlægges i et klart, sammenhængende, konsolideret og forståeligt format. Hvis det er teknisk muligt, videregives oplysningerne i et standardiseret og maskinlæsbart format.

2. Anmodningen omhandlet i stk. 1 skal indeholde følgende elementer:
 - a) en begrundelse, hvori der redegøres for formålet med anmodningen om oplysninger, medmindre anmodningen har til formål at forebygge, afsløre, efterforske eller retsforfølge strafbare handlinger eller alvorlige administrative lovovertrædelser, og i hvilket omfang begrundelsen for anmodningen vil modvirke dette formål
 - b) oplysninger om de klagemuligheder, der er tilgængelige for den relevante udbyder af politiske reklametjenester og sponsoren af den politiske reklametjeneste.
3. Ved modtagelse af en anmodning i henhold til denne artikels stk. 1 bekræfter udbydere af politiske reklametjenester inden for to arbejdsdage modtagelsen af anmodningen og underretter den nationale kompetente myndighed om de skridt, der er taget for at efterkomme den. Den relevante udbyder af politiske reklametjenester skal fremlægge de ønskede oplysninger inden for otte arbejdsdage. Udbydere af politiske reklametjenester, der betragtes som mikrovirksomheder, små eller mellemstore virksomheder i henhold til artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU, skal dog gøre en rimelig indsats for at tilvejebringe de ønskede oplysninger inden for 12 arbejdsdage og derefter uden unødigt forsinkelse.
4. Uanset denne artikels stk. 3 skal udbydere af politiske reklametjenester i den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning fremlægge de ønskede oplysninger, som de er i besiddelse af, uden unødigt forsinkelse og senest efter 48 timer. Udbydere af politiske reklametjenester, der betragtes som mikrovirksomheder eller små virksomheder i henhold til artikel 3, stk. 1 og 2, i direktiv 2013/34/EU, skal dog give de ønskede oplysninger, som de er i besiddelse af, uden unødigt forsinkelse og om muligt inden datoen for valget eller folkeafstemningen.

5. Udbydere af politiske reklametjenester udpeger et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente nationale myndigheder. Udbydere af politiske reklametjenester, der betragtes som mikrovirksomheder, små eller mellemstore virksomheder i henhold til artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU, kan udpege en ekstern fysisk person som kontaktpunkt.

Artikel 17

Videregivelse af oplysninger til andre interesserede enheder

1. Efter anmodning fra interesserede enheder videregiver udbydere af politiske reklametjenester straks og gratis, og hvis det er teknisk muligt i et maskinlæsbart format, de oplysninger, som disse udbydere af politiske reklametjenester skal have i henhold til artikel 9, 11 og 12, til disse enheder.
2. Berørte enheder, der anmoder om at få videregivet oplysninger i henhold til stk. 1, skal være uafhængige af kommercielle interesser og tilhøre en eller flere af følgende kategorier:
 - a) kontrolunderlagte forskere, jf. artikel 40, stk. 8, i forordning (EU) 2022/2065
 - b) medlemmer af en civilsamfundsorganisation, der har beskyttelse og fremme af offentlighedens interesser som vedtægtsmæssige mål, og som er autoriseret efter national ret eller EU-retten
 - c) politiske aktører
 - d) nationale eller internationale valgobservatører, der er anerkendt i en medlemsstat, eller
 - e) journalister.

3. Efter anmodning fra en interesseret enhed bestræber udbyderen af politiske reklametjenester sig på så hurtigt som muligt og senest inden for en måned at fremlægge de anmodede oplysninger eller sit begrundede svar i henhold til stk. 5.
4. Ved udarbejdelsen af de oplysninger, der skal fremlægges i henhold til stk. 1, kan udbyderen af politiske reklametjenester samle de relevante beløb eller angive dem inden for et interval, såfremt dette er nødvendigt for at beskytte kommercielle legitime interesser.
5. Hvis anmodningerne i henhold til stk. 1 er åbenbart uklare eller overdrevne eller vedrører oplysninger, som tjenesteudbyderen ikke er i besiddelse af, kan tjenesteudbyderen undlade at fremlægge de ønskede oplysninger. I sådanne tilfælde sender udbyderen af politiske reklametjenester et begrundet svar til den interessent, der fremsætter anmodningen, herunder oplysninger om klagemulighederne, herunder, hvor det er relevant, dem, der findes i henhold til direktiv (EU) 2020/1828.
6. Hvis behandlingen af anmodningerne i henhold til stk. 1 medfører betydelige omkostninger, kan udbyderen af politiske reklametjenester opkræve et rimeligt og forholdsmæssigt gebyr, som under ingen omstændigheder må overstige de administrative omkostninger ved at videregive de anmodede oplysninger.
7. Det pålægger udbyderne af politiske reklametjenester at påvise, at en anmodning er åbenbart uklar, overdreven eller vedrører oplysninger, som de ikke er i besiddelse af, eller at anmodninger medfører betydelige behandlingsomkostninger.

Kapitel III

Målretning og reklamelevering af politisk onlinereklame

Artikel 18

Specifikke krav vedrørende målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker i forbindelse med politisk onlinereklame

1. Målretnings- eller reklameleveringsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk onlinereklame, er kun tilladt, hvis følgende betingelser er opfyldt:
 - a) Den dataansvarlige har indsamlet personoplysningerne fra den registrerede.
 - b) Den registrerede har udtrykkeligt givet samtykke, jf. forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725, til særskilt behandling af personoplysninger med henblik på politisk reklame.
 - c) Disse teknikker omfatter ikke "profilering" som defineret i artikel 4, nr. 4), i forordning (EU) 2016/679 og i artikel 3, nr. 5), i forordning (EU) 2018/1725 ved hjælp af særlige kategorier af personoplysninger som omhandlet i artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og i artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725.

2. I forbindelse med politisk reklame er det forbudt at anvende målretningsteknikker eller reklameleveringsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger om en registreret person, som den dataansvarlige med rimelig sikkerhed ved er mindst et år under den valgetsalder, der er fastsat ved nationale regler. Overholdelse af forpligtelserne i dette stykke forpligter ikke den dataansvarlige til at behandle yderligere personoplysninger med henblik på at vurdere, om den registrerede er et år under valgalden.
3. Denne artikel finder ikke anvendelse på kommunikation fra politiske partier, fonde, foreninger eller andre nonprofitorganisationer, til deres medlemmer og tidligere medlemmer eller på kommunikation såsom nyhedsbreve, der er knyttet til deres politiske aktiviteter, forudsat at denne kommunikation udelukkende er baseret på abonnementsdata og derfor er strengt begrænset til deres medlemmer, tidligere medlemmer eller abonnenter og er baseret på personoplysninger, som de har afgivet, og ikke indebærer behandling af personoplysninger med henblik på at målrette eller på anden måde udvælge modtagerne og de meddelelser, de modtager.
4. Med henblik på at gennemføre kravene i forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725 om udtrykkeligt samtykke og om tilbagetrækning heraf, når det er givet, sikrer de dataansvarlige, at:
 - a) den registrerede ikke anmodes om at give sit samtykke, hvis vedkommende allerede gennem automatiske midler har tilkendegivet, at vedkommende ikke giver sit samtykke til databehandling med henblik på politisk reklame, medmindre anmodningen er begrundet i en væsentlig ændring af omstændighederne
 - b) den registrerede, der ikke giver sit samtykke, tilbydes et tilsvarende alternativ til at bruge onlinetjenesten uden at modtage politisk reklame.

Artikel 19

Yderligere gennemsigtighedskrav vedrørende målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker i forbindelse med politisk onlinereklame

1. Ved anvendelse af målretnings- eller reklameleveringsteknikker i forbindelse med politisk onlinereklame, der indebærer behandling af personoplysninger, skal de dataansvarlige ud over de andre krav i nærværende forordning samt kravene fastsat i forordning (EU) 2016/679 og (EU) 2018/1725 opfylde følgende krav:
 - a) udarbejde, efterleve og offentliggøre interne retningslinjer, hvori der klart og tydeligt redegøres for, hvordan sådanne teknikker anvendes, og fastholde disse retningslinjer i en periode på syv år fra den seneste anvendelse af disse teknikker
 - b) registrere anvendelsen af sådanne teknikker, de relevante mekanismer og parametre, der anvendes

- c) sammen med angivelsen af, at der er tale om en politisk reklame, fremlægge yderligere oplysninger, der gør det muligt for den pågældende person at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i de anvendte teknikker, herunder om et system med kunstig intelligens er blevet anvendt til at målrette eller levere den politiske reklame og eventuelle yderligere analyseteknikker, og inkludere følgende elementer:
- i) de specifikke målgrupper af modtagere, herunder de parametre, der anvendes til at fastslå, hvem reklamen udbredes til
 - ii) de kategorier af personoplysninger, der anvendes til målretningsteknikker eller reklameleveringsteknikker
 - iii) målene for målretningen, mekanismerne og logikken, herunder inklusions- og udelukkelsesparametrene, og årsagerne til valget af disse parametre
 - iv) meningsfulde oplysninger om anvendelsen af systemer med kunstig intelligens i forbindelse med målretning eller levering af den politiske reklame
 - v) perioden for udbredelse af den politiske reklame og antallet af personer, som den politiske reklame formidles til
 - vi) et link til eller en klar angivelse af, hvor de retningslinjer, der er omhandlet i litra a), let kan hentes

- d) udarbejde en intern årlig risikovurdering af anvendelsen af målretningsteknikker eller reklameleveringsteknikker med hensyn til de grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder, hvis resultater skal gøres offentligt tilgængelige
 - e) sammen med den politiske reklame, medmindre den er medtaget i den gennemsigthedsmeddelelse, der kræves i henhold til artikel 12, stk. 1 i nærværende forordning, give en henvisning til, hvorledes enkeltpersoner effektivt kan udøve deres rettigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679 eller (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant, navnlig en henvisning til enkeltpersoners ret til at ændre personoplysninger eller tilbagetrække samtykke, alt efter hvad der er relevant, hvilket skal omfatte et link til en grænseflade, der giver mulighed for at udøve sådanne rettigheder.
2. Hvis den dataansvarlige ikke er den samme som den politiske reklameudgiver, sikrer den dataansvarlige, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, litra c) og e), meddeles den politiske reklameudgiver, således at den politiske reklameudgiver kan opfylde sine forpligtelser efter denne forordning. Oplysningerne videregives rettidigt og korrekt i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis dette er teknisk muligt.
3. Udbydere af politiske reklametjenester videregiver i givet fald de oplysninger, der er nødvendige for at overholde stk. 1 og 2, til de dataansvarlige.
4. De oplysninger, der skal videregives i overensstemmelse med stk. 1, litra c) og e), og stk. 2 og 3, fremlægges i et format, der er let tilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

5. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 28 med henblik på at ændre nærværende forordning ved at tilføje punkter til listen over punkter i nærværende artikels stk. 1 i lyset af den teknologiske udvikling, markedspraksis, relevant forskning samt udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn og vejledning udstedt af de kompetente organer.

Artikel 20

Videregivelse af oplysninger om målretning eller reklamelevering af politiske onlinereklamer til andre interesserede enheder

De dataansvarlige træffer passende foranstaltninger til efter anmodning fra interesserede enheder og i overensstemmelse med artikel 17, stk. 2, vederlagsfrit at videregive de i artikel 19 omhandlede oplysninger.

Kapitel IV

Tilsyn og håndhævelse

Artikel 21

Retlig repræsentant

1. En tjenesteudbyder, der leverer politiske reklametjenester i Unionen, men som ikke er etableret i Unionen, udpeger skriftligt en fysisk eller juridisk person som sin retlig repræsentant i en af de medlemsstater, hvor den pågældende udbyder tilbyder sine tjenester.

Den udpegede retlige repræsentant lader sig registrere hos den kompetente myndighed, der er omhandlet i stk. 4, i den medlemsstat, hvor den pågældende har bopæl eller er etableret. Med henblik herpå fremsender tjenesteudbydere navn, postadresse, e-mailadresse og telefonnummer på deres retlige repræsentant til den pågældende kompetente myndighed. De indsendte oplysninger skal være nøjagtige og i et maskinlæsbart format og holdes ajour.

2. Den retlige repræsentant er ansvarlig for at sikre overholdelse af forpligtelserne i henhold til denne forordning og kan, uden at det berører tjenesteudbyderens ansvar og eventuelle retssager, der kan indledes mod denne, drages til ansvar for manglende overholdelse af forpligtelserne i henhold til denne forordning. Den retlige repræsentant er adressat for al kommunikation med den relevante tjenesteudbyder i henhold til denne forordning. Al kommunikation til denne retlige repræsentant anses for at være kommunikation med den repræsenterede tjenesteudbyder.

3. Tjenesteudbyderne giver deres retlige repræsentant de nødvendige beføjelser og tilstrækkelige ressourcer til at sikre et effektivt og rettidigt samarbejde med de kompetente nationale myndigheder og i givet fald Kommissionen og at sikre overensstemmelse med deres beslutninger.
4. Medlemsstaterne udpeger en national kompetent myndighed, der er ansvarlig for at føre offentligt tilgængelige og maskinlæsbare onlineregistre over alle retlige repræsentanter, som er registreret på deres område i henhold til denne forordning. Den nationale kompetente myndighed sikrer, at sådanne oplysninger er let tilgængelige, og at de er fuldstændige og regelmæssigt ajourføres. Medlemsstaterne stiller links til de relevante websteder til rådighed for Kommissionen.
5. Kommissionen opretter og vedligeholder en offentligt tilgængelig portal med links til de websteder, som medlemsstaterne stiller til rådighed i henhold til stk. 4.

Artikel 22

Kompetente myndigheder og kontaktpunkter

1. De tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679, eller Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse som omhandlet i artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725 har kompetence til at overvåge anvendelsen af artikel 18 og 19 i nærværende forordning inden for deres respektive kompetenceområde. Artikel 58 i forordning (EU) 2016/679 og artikel 58 i forordning (EU) 2018/1725 finder tilsvarende anvendelse. Kapitel VII i forordning (EU) 2016/679 finder anvendelse på aktiviteter, der er omfattet af artikel 18 og 19 i nærværende forordning.
2. Det Europæiske Databeskyttelsesråd, jf. artikel 68 i forordning (EU) 2016/679, udarbejder på eget initiativ eller efter anmodning fra Kommissionen retningslinjer med henblik på at bistå de tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i forordning (EU) 2016/679, med at vurdere overholdelsen af kravene i denne forordning.

3. Medlemsstaterne udpeger kompetente myndigheder til at overvåge, at udbydere af formidlingstjenester, jf. forordning (EU) 2022/2065, overholder de forpligtelser, der er fastsat i artikel 7-17 og 21 i nærværende forordning, hvor det er relevant. De kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til forordning (EU) 2022/2065, kan også være en af de kompetente myndigheder, der er udpeget til at overvåge onlineformidleres overholdelse af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 7-17 og 21 i nærværende forordning. Koordinatoren for digitale tjenester, jf. artikel 49 i forordning (EU) 2022/2065, i hver medlemsstat er ansvarlig for at sikre koordinering på nationalt plan for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester som defineret i forordning (EU) 2022/2065. Artikel 49, artikel 58, stk. 1-4, og artikel 60, stk. 1, i forordning (EU) 2022/2065 finder anvendelse på spørgsmål vedrørende anvendelsen af nærværende forordning for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester. Artikel 51 i forordning (EU) 2022/2065 finder tilsvarende anvendelse for så vidt angår de beføjelser, der er tillagt de kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til dette stykke.
4. Hver medlemsstat udpeger en eller flere kompetente myndigheder til at være ansvarlig for anvendelsen og håndhævelsen af de aspekter af denne forordning, der ikke er omhandlet i denne artikels stk. 1 og 3. Disse kompetente myndigheder kan være forskellige fra dem, der er omhandlet i denne artikels stk. 1 og 3, og kan være de samme som dem, der er omhandlet i artikel 30 i direktiv 2010/13/EU. Hver kompetent myndighed, der er udpeget i henhold til dette stykke, skal strukturelt set være fuldstændig uafhængig af sektoren såvel som af enhver form for indblanding udefra eller politisk pres. Den skal i fuld uafhængighed effektivt føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning og træffe de foranstaltninger, der er nødvendige og forholdsmæssige for at sikre tilsyn med, overholdelse og håndhævelse af denne forordning.

5. De kompetente myndigheder, der er omhandlet i stk. 4, har ved udførelsen af deres opgaver inden for rammerne af denne forordning beføjelse til at:
- a) anmode om adgang til data, dokumenter eller alle nødvendige oplysninger, navnlig fra sponsoren eller de berørte udbydere af politiske reklametjenester, som de kompetente myndigheder kun må anvende med henblik på at overvåge og vurdere overholdelsen af denne forordning i overensstemmelse med relevant lovgivning om beskyttelse af personoplysninger og beskyttelse af fortrolige oplysninger
 - b) udstede påbud til udbydere af politiske reklametjenester i tilfælde af manglende overholdelse af forpligtelserne i denne forordning
 - c) påbyde, at overtrædelser bringes til ophør, og kræve, at sponsorer eller udbydere af politiske reklametjenester træffer de nødvendige foranstaltninger for at overholde denne forordning
 - d) pålægge eller anmode om, at en judiciel myndighed pålægger, bøder eller økonomiske sanktioner eller andre finansielle foranstaltninger, alt efter hvad der er relevant
 - e) pålægge tvangsbøder, hvis det er relevant, eller anmode en retslig myndighed i deres medlemsstat herom
 - f) pålægge sanktioner, hvis det er relevant, der står i rimeligt forhold til overtrædelserne, og som er nødvendige for effektivt at bringe overtrædelserne til ophør, eller anmode en judiciel myndighed i deres medlemsstat herom

- g) offentliggøre en erklæring med nærmere angivelse af den eller de juridiske og fysiske personer, som er ansvarlige for tilsidesættelsen af en i denne forordning fastsat forpligtelse, og tilsidesættelsens art
 - h) anmode en retslig myndighed om at påbyde eller tillade kontrol af alle lokaler, som udbydere af politiske reklametjenester anvender som led i deres erhverv, forretning, håndværk eller profession, eller til at anmode andre offentlige myndigheder om at gøre dette med henblik på at undersøge, beslaglægge, tage eller få kopier eller uddrag af oplysninger i enhver form, uanset lagringsmediet.
6. Medlemsstaterne sikrer, at deres nationale kompetente myndigheder har alle nødvendige midler til at udføre deres opgaver i henhold til denne forordning, herunder tilstrækkelige tekniske og økonomiske ressourcer og tilstrækkeligt personale til at føre passende tilsyn med sponsorer og udbydere af politiske reklametjenesters overholdelse inden for deres kompetence i henhold til denne forordning.
7. Medlemsstaterne sikrer, at der er effektivt og struktureret samarbejde og koordinering på nationalt plan mellem alle de relevante myndigheder, der er omhandlet i stk. 1-4, med henblik på at lette en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udøvelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver og -beføjelser i henhold til denne forordning, herunder ved at meddele konstaterede overtrædelser, der er relevante for andre myndigheder, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af de relevante regler.

8. De nationale kontaktpunkter, der udpeges af medlemsstaterne i henhold til stk. 9, andet afsnit, mødes regelmæssigt på EU-plan i netværket af nationale kontaktpunkter. Netværket af nationale kontaktpunkter skal tjene som platform for den løbende udveksling af oplysninger og bedste praksis samt for et struktureret samarbejde mellem de nationale kontaktpunkter og Kommissionen vedrørende alle aspekter af denne forordning. Netværket af nationale kontaktpunkter letter navnlig samarbejdet på EU-plan om anvendelsen og håndhævelsen af denne forordning og letter i samarbejde med relevante interessenter udarbejdelsen af retningslinjer til støtte for sponsorer og udbydere af politiske reklametjenester i at opfylde kravene i denne forordning. Netværket af nationale kontaktpunkter mødes mindst to gange om året og om nødvendigt efter behørigt begrundet anmodning fra Kommissionen eller en medlemsstat. Det arbejder tæt sammen med det europæiske valgsamarbejdsnetværk, Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester og andre relevante netværk eller organer for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål i forbindelse med tilsynet med og håndhævelsen af denne forordning. Kommissionen deltager i møderne i netværket af nationale kontaktpunkter og yder administrativ støtte.

9. Hvis en medlemsstat udpeger mere end én kompetent myndighed, sikrer den, at disse myndigheders respektive opgaver er klart fastsat, og at de arbejder tæt og effektivt sammen, når de udfører deres opgaver.

Hver medlemsstat udpeger en kompetent myndighed som nationalt kontaktpunkt på EU-plan med henblik på alle aspekter af anvendelsen af denne forordning.

De nationale kontaktpunkter støtter og letter et effektivt samarbejde mellem de nationale kompetente myndigheder og med de nationale kontaktpunkter i andre medlemsstater.

Medlemsstaterne offentliggør kontaktoplysningerne for deres nationale kontaktpunkter. De pågældende medlemsstater meddeler, hvor det er relevant, navnet på de øvrige kompetente myndigheder og deres respektive opgaver til netværket af nationale kontaktpunkter.

Artikel 23

Grænseoverskridende samarbejde

1. Udbydere af politiske reklametjenesters og sponserers overholdelse af denne forordning henhører under den medlemsstats kompetence, hvor udbyderen er etableret. Hvis udbyderen er etableret i mere end én medlemsstat, anses den for at høre under jurisdiktionen i den medlemsstat, hvor den har sit hjemsted.
2. Med forbehold af artikel 22, stk. 1 og 2, og nærværende artikels stk. 1 samarbejder den kompetente myndighed eller myndighederne i alle medlemsstater med hinanden og bistår hinanden efter behov.

3. En kompetent myndighed yder efter modtagelse af en begrundet anmodning fra en anden kompetent myndighed bistand til den anden kompetente myndighed uden unødigt forsinkelse og senest end en måned efter modtagelsen af anmodningen, således at de tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er omhandlet i artikel 22, stk. 5, kan gennemføres på en effektiv, virkningsfuld og konsekvent måde. En kompetent myndighed giver efter modtagelse af en begrundet anmodning om oplysninger fra den kompetente myndighed i en anden medlemsstat via det i artikel 22, stk. 9, omhandlede nationale kontaktpunkt den pågældende kompetente myndighed de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse og senest 14 dage efter modtagelsen af anmodningen. Denne frist kan forlænges til en måned i tilfælde, hvor der er behov for yderligere undersøgelser eller oplysninger fra flere kompetente myndigheder.
4. Hvis en national kompetent myndighed i en medlemsstat har begrundet mistanke om, at denne forordning er blevet overtrådt på dens område, underretter den den kompetente myndighed på tjenesteudbyderens hovedforretningssted og anmoder den om i givet fald at vurdere sagen og træffe de nødvendige undersøgelses- og håndhævelsesforanstaltninger, jf. stk. 7.

5. En meddelelse i henhold til stk. 4 skal være underbygget, behørigt begrundet og forholdsmæssig og som minimum indeholde følgende oplysninger:
- a) oplysninger, der gør det muligt at identificere sponsoren eller udbyderen af den politiske reklametjeneste
 - b) en beskrivelse af de relevante forhold, de relevante bestemmelser i denne forordning og årsagerne til, at den underrettende kompetente myndighed har mistanke om en overtrædelse af denne forordning, herunder, hvis det er relevant, en beskrivelse af de omstændigheder, der gør det muligt at vurdere kriterierne i artikel 25, stk. 4
 - c) oplysninger om, hvor den relevante politiske reklame eller en kopi heraf kan hentes
 - d) alle andre oplysninger, som den meddelende kompetente myndighed anser for relevante, herunder i givet fald oplysninger indsamlet på eget initiativ.
6. Hvis den kompetente myndighed for hjemstedet ikke har tilstrækkelige oplysninger til at reagere på en meddelelse, der er modtaget i henhold til stk. 4, kan den anmode om yderligere oplysninger fra den kompetente myndighed, der har indgivet meddelelsen. Når den kompetente myndighed modtager en sådan anmodning, giver den de ønskede oplysninger uden unødigt forsinkelse.

Den i stk. 7 fastsatte frist suspenderes, indtil disse yderligere oplysninger er blevet forelagt.

7. Den kompetente myndighed for hjemstedet meddeler uden unødigt forsinkelse og senest en måned efter modtagelsen af den i stk. 4 omhandlede meddelelse eller, hvis det er relevant, de i stk. 6 omhandlede oplysninger, den kompetente myndighed, der har indgivet meddelelsen, og netværket af nationale kontaktpunkter sin vurdering af den formodede overtrædelse og oplysninger om de undersøgelses- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er truffet eller påtænkes truffet for at sikre overholdelse af denne forordning.
8. Hvis undersøgelsen af en påstået overtrædelse vedrører levering af politiske reklametjenester i en eller flere medlemsstater, hvor udbyderen af politiske reklametjenester ikke har sit hjemsted, kan den kompetente myndighed for hjemstedet iværksætte og lede en fælles undersøgelse med deltagelse af den eller de berørte kompetente myndigheder i disse medlemsstater:
- a) på eget initiativ og efter at have indhentet samtykke fra den eller de kompetente myndigheder, der fremsætter anmodningen, eller
 - b) efter anmodning fra en anden kompetent myndighed, eller myndigheder, på grundlag af dennes rimelige mistanke om, at de politiske reklametjenester, der udføres af udbyderen af politiske reklametjenester, der er etableret i den medlemsstat, hvor hjemstedet befinder sig, har overtrådt denne forordning eller i væsentlig grad påvirket enkeltpersoner i det område, hvor den eller de kompetente myndigheder, der fremsætter anmodningen, befinder sig.

9. For så vidt angår stk. 8 forelægger den kompetente myndighed, der anmoder om iværksættelse af en fælles undersøgelse, den eller de øvrige kompetente myndigheder de i stk. 5 omhandlede oplysninger. Hvis en kompetent myndighed beslutter ikke at deltage i en fælles undersøgelse, giver den den kompetente myndighed eller de andre kompetente myndigheder en begrundet redegørelse herfor.
10. Ved gennemførelsen af en fælles undersøgelse samarbejder de kompetente myndigheder i god tro og udøver deres undersøgelsesbeføjelser i det omfang, det er nødvendigt for undersøgelsen af den påståede overtrædelse. Kompetente myndigheder, der gennemfører en fælles undersøgelse, underretter hinanden om alle relevante håndhævelsesforanstaltninger, som de indleder eller agter at iværksætte.

Artikel 24

Ret til at indgive klage

Med forbehold af andre administrative procedurer eller retsmidler behandler de kompetente myndigheder behørigt enhver meddelelse om mulige overtrædelser af denne forordning og underretter efter anmodning den person eller enhed, der har indgivet meddelelsen, om opfølgningen herpå. I løbet af den sidste måned forud for valg eller folkeafstemninger behandles enhver meddelelse, der modtages i forbindelse med de pågældende valg folkeafstemninger, uden unødigt forsinkelse.

Kompetente myndigheder sender uden unødigt forsinkelse klager, der hører under kompetencen hos en anden kompetent myndighed i en anden medlemsstat, til den pågældende kompetente myndighed.

Artikel 25

Sanktioner

1. Medlemsstaterne fastsætter efter behov regler om sanktioner eller andre foranstaltninger, der finder anvendelse på sponsorer eller udbydere af politiske reklametjenester for så vidt angår overtrædelser af artikel 5-17, 20 og 21, og træffer alle nødvendige foranstaltninger for at sikre, at de gennemføres rettidigt.

Sanktionerne skal være effektive, stå i et rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning. Ved fastsættelsen af sanktionerne tager medlemsstaterne hensyn til reglerne for pressefrihed og ytringsfrihed i andre medier og de regler eller kodekser, der gælder for journalisterhvervet.

2. Maksimumsbeløbet for den økonomiske sanktion, der kan pålægges, baseres på den økonomiske formåen hos den enhed, der er omfattet af sanktioner, som skal være:
 - a) 6 % af de årlige indkomst eller budgettet for sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester, alt efter hvad der er relevant og højest, eller
 - b) 6 % af den årlige globale omsætning på verdensplan for sponsoren eller udbyderen af politiske reklametjenester i det foregående regnskabsår.
3. Medlemsstaterne meddeler Kommissionen disse regler og foranstaltninger senest den ... [21 måneder fra denne forordnings ikrafttræden] og underretter den straks om senere ændringer, der berører dem.

4. Når der træffes afgørelse om sanktionernes art og størrelse, skal der i hvert enkelt tilfælde tages behørigt hensyn til bl.a. følgende:
- a) overtrædelsens art, grovhed, gentagne karakter og varighed
 - b) hvorvidt overtrædelsen blev begået forsætligt eller uagtsomt
 - c) enhver foranstaltning, der træffes for at afbøde eventuelle skader
 - d) alle relevante tidligere overtrædelser og andre skærpende eller formildende omstændigheder i sagen
 - e) graden af samarbejde med den kompetente myndighed, og
 - f) størrelsen af og den økonomiske formåen hos den enhed, der er omfattet af sanktioner, hvis det er relevant.
5. Tilsidesættelser af artikel 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 og 18 betragtes som særlig alvorlige, når de vedrører politisk reklame, der udgives eller udbredes i løbet af den sidste måned forud for et valg eller en folkeafstemning og rettes mod borgere i den medlemsstat, hvor det pågældende valg eller den pågældende folkeafstemning afholdes. Medlemsstaterne kan også pålægge tvangsbøder for at tvinge sponsorer, udbydere af politiske reklametjenester og udgivere af politiske reklamer til at bringe alvorlige og gentagne overtrædelser af denne forordning til ophør.
6. For så vidt angår tilsidesættelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 18 og 19 i denne forordning, kan de tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679, inden for rammerne af deres beføjelser pålægge bøder i overensstemmelse med artikel 83 i forordning (EU) 2016/679 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 83, stk. 5, i nævnte forordning.

7. For så vidt angår overtrædelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 18 og 19 i denne forordning, kan Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse som omhandlet i artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, inden for rammerne af sine beføjelser pålægge bøder i overensstemmelse med artikel 66 i forordning (EU) 2018/1725 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 66, stk. 3, i nævnte forordning.
8. Medlemsstaterne aflægger årligt rapport til Kommissionen om de sanktioner, der er pålagt for at håndhæve bestemmelserne i denne forordning, navnlig om arten af de anvendte sanktioner og størrelsen af bøderne og de økonomiske sanktioner. Kommissionen tager hensyn til disse oplysninger, når den udarbejder den rapport, der kræves i henhold til artikel 27.

Artikel 26

Offentliggørelse af datoer for valg og folkeafstemninger

1. Medlemsstaterne offentliggør datoerne for deres valg og folkeafstemninger og, hvis det er relevant, deres stemmeafgivningsperioder på et let tilgængeligt sted og med en passende henvisning til denne forordning.
2. Kommissionen stiller en portal til rådighed, hvorigennem medlemsstaterne umiddelbart efter bekendtgørelsen oplyser datoerne for deres valg, folkeafstemninger og, hvor det er relevant, deres stemmeafgivningsperioder. Portalen skal være offentligt tilgængelig.

Kapitel V

Afsluttende bestemmelser

Artikel 27

Evaluering og revision

Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet fremlægger Kommissionen en rapport om evalueringen og revisionen af denne forordning for Europa-Parlamentet og for Rådet. I rapporten, som offentliggøres, vurderes behovet for at ændre denne forordning, navnlig med hensyn til:

- a) denne forordnings anvendelsesområde og definitionen af politisk reklame i artikel 3, nr. 2)
- b) denne forordnings effektivitet med hensyn til specifikke midler til politisk reklame
- c) effektiviteten af gennemsigtighedsforanstaltningerne, navnlig erklæringen og mekanismerne til at fastslå en reklametjenestes eller en reklames politiske karakter, jf. artikel 7 og 8
- d) effektiviteten af de regler, der begrænser behandlingen af personoplysninger med henblik på målretningsteknikker og reklameleveringsteknikker
- e) effektiviteten af tilsyns- og håndhævelsesstrukturen samt typen og størrelsen af de sanktioner, som medlemsstaterne har pålagt

- f) denne forordnings indvirkning på medieaktører, der i henhold til artikel 3, stk. 1, 2 og 3, i direktiv 2013/34/EU betragtes som mikrovirksomheder samt små og mellemstore virksomheder
- g) effektiviteten af forordning i lyset af den teknologiske og videnskabelige udvikling og andre udviklinger
- h) den måde, hvorpå denne forordning interagerer med de EU-retsakter, der er omhandlet i artikel 2, stk. 3
- i) de fremskridt, der er gjort med oprettelsen af det europæiske register, og dets efterfølgende funktion.

Artikel 28

Udøvelse af de delegerede beføjelser

1. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter tillægges Kommissionen på de i denne artikel fastlagte betingelser.
2. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter, jf. artikel 12, stk. 6, og artikel 19, stk. 5, tillægges Kommissionen for en periode på fire år fra den ... [datoen for denne forordnings ikrafttræden]. Kommissionen udarbejder en rapport vedrørende delegationen af beføjelser senest ni måneder inden udløbet af fireårsperioden. Delegationen af beføjelser forlænges stiltiende for perioder af samme varighed, medmindre Europa-Parlamentet eller Rådet modsætter sig en sådan forlængelse senest tre måneder inden udløbet af hver periode.

3. Den i artikel 12, stk. 6, og artikel 19, stk. 5, omhandlede delegation af beføjelser kan til enhver tid tilbagekaldes af Europa-Parlamentet eller Rådet. En afgørelse om tilbagekaldelse bringer delegationen af de beføjelser, der er angivet i den pågældende afgørelse, til ophør. Den får virkning dagen efter offentliggørelsen af afgørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende* eller på et senere tidspunkt, der angives i afgørelsen. Den berører ikke gyldigheden af delegerede retsakter, der allerede er i kraft.
4. Inden vedtagelsen af en delegeret retsakt hører Kommissionen eksperter, som er udpeget af hver enkelt medlemsstat, i overensstemmelse med principperne i den interinstitutionelle aftale af 13. april 2016 om bedre lovgivning.
5. Så snart Kommissionen vedtager en delegeret retsakt, giver den samtidigt Europa-Parlamentet og Rådet meddelelse herom.
6. En delegeret retsakt vedtaget i henhold til artikel 12, stk. 6, eller artikel 19, stk. 5, træder kun i kraft, hvis hverken Europa-Parlamentet eller Rådet har gjort indsigelse inden for en frist på to måneder fra meddelelsen af den pågældende retsakt til Europa-Parlamentet og Rådet, eller hvis Europa-Parlamentet og Rådet inden udløbet af denne frist begge har meddelt Kommissionen, at de ikke agter at gøre indsigelse. Fristen forlænges med to måneder på Europa-Parlamentets eller Rådets initiativ.

Artikel 29
Udvalgsprocedure

1. Kommissionen bistås af et udvalg. Dette udvalg er et udvalg som omhandlet i forordning (EU) nr. 182/2011.
2. Når der henvises til dette stykke, anvendes artikel 5 i forordning (EU) nr. 182/2011.

Artikel 30
Ikrafttræden og anvendelse

1. Denne forordning træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.
2. Den finder anvendelse fra den ... [18 måneder efter datoen for denne forordnings ikrafttræden]. Inden for denne forordnings anvendelsesområde finder artikel 3 og artikel 5, stk. 1, dog anvendelse fra ikrafttrædelsesdatoen.

Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Strasbourg, den ...

På Europa-Parlamentets vegne
Formand

På Rådets vegne
Formand