



UNIUNEA EUROPEANĂ

PARLAMENTUL EUROPEAN

CONSILIUL

**Strasbourg, 13 martie 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**

REGULAMENT

**AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI
PRIVIND TRANSPARENȚA ȘI VIZAREA
UNUI PUBLIC-ȚINTĂ ÎN PUBLICITATEA POLITICĂ**

REGULAMENTUL (UE) 2024/...
AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI

din 13 martie 2024

privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică

(Text cu relevanță pentru SEE)

PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, în special articolele 16 și 114,

având în vedere propunerea Comisiei Europene,

după transmiterea proiectului de act legislativ către parlamentele naționale,

având în vedere avizul Comitetului Economic și Social European¹,

având în vedere avizul Comitetului Regiunilor²,

hotărând în conformitate cu procedura legislativă ordinară³,

¹ JO C 275, 18.7.2022, p. 66.

² JO C 301, 5.8.2022, p. 102.

³ Poziția Parlamentului European din 27 februarie 2024 (nepublicată încă în Jurnalul Oficial) și Decizia Consiliului din 11 martie 2024.

întrucât:

- (1) Cererea și oferta de publicitate politică iau amploare și au tot mai frecvent un caracter transfrontalier. Respectiva activitate implică un număr mare și în creștere de servicii diversificate, cum ar fi furnizarea de consultanță în materie de publicitate politică, servicii oferite de agențiile de publicitate, servicii legate de materiale publicitare programatice, servicii de relații publice, servicii oferite de influențatori, analizarea datelor și brokeraj. Publicitatea politică poate lua numeroase forme, inclusiv conținut plătit, afișarea de rezultate sponsorizate atunci când se fac căutări, mesaje plătite care vizează un public-țintă, promovarea unei poziții mai bune în clasamente, promovarea de produse sau de persoane integrată în conținut, cum ar fi plasarea de produse, utilizarea influențatorilor și alte forme de susținere. Activitățile conexe pot implica, de exemplu, difuzarea de publicitate politică la cererea unui sponsor sau publicarea de conținut contra cost sau în schimbul altor forme de remunerare, inclusiv prestații în natură.
- (2) Publicitatea politică poate fi difuzată sau publicată în diverse moduri și mijloace de comunicare în masă transfrontaliere, atât online, cât și offline. Aceasta este în creștere rapidă, și poate fi difuzată sau publicată prin intermediul mass-mediei tradiționale, offline, cum ar fi ziarele, televiziunea și radioul, precum și, din ce în ce mai mult, prin intermediul platformelor online, al site-urilor web, al aplicațiilor mobile, al jocurilor pe calculator și al altor interfețe digitale. Acestea din urmă nu numai că sunt deosebit de susceptibile de a fi oferite la nivel transfrontalier, dar ridică, de asemenea, probleme noi și dificile în materie de reglementare și de asigurare a aplicării legislației. Utilizarea publicității politice online este în creștere vertiginoasă, iar anumite forme liniare offline de publicitate politică, cum ar fi radioul și televiziunea, sunt, de asemenea, oferite online ca servicii la cerere. Campaniile de publicitate politică tind să fie organizate utilizându-se o gamă largă de mijloace de comunicare și de forme.

- (3) Având în vedere că în mod normal publicitatea, inclusiv publicitatea politică, se furnizează în schimbul unei remunerații, care poate include și o prestație în natură, aceasta constituie o activitate de prestare de servicii în temeiul articolului 57 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE). În conformitate cu Declarația nr. 22 privind persoanele cu handicap anexată la Tratatul de la Amsterdam, la Conferința reprezentanților guvernelor statelor membre s-a convenit asupra faptului că, în vederea elaborării de măsuri în temeiul articolului 114 din TFUE, instituțiile Uniunii ar trebui să țină seama de nevoile persoanelor cu dizabilități.
- (4) Necesitatea de a asigura transparența este un obiectiv public legitim, în conformitate cu valorile comune ale Uniunii și ale statelor sale membre prevăzute la articolul 2 din Tratatul privind Uniunea Europeană (TUE). Nu este întotdeauna ușor pentru cetățeni să recunoască materialele publicitare politice și să își exercite drepturile democratice în cunoștință de cauză. Creșterea gradului de sofisticare a dezinformării, diversificarea actorilor, evoluția rapidă a noilor tehnologii și răspândirea în mod tot mai intens a manipulării informațiilor și a ingerințelor în procesele noastre electorale și de reglementare democratice constituie încercări importante pentru Uniune și pentru statele membre. Publicitatea politică poate fi un vector de dezinformare, în special atunci când publicitatea nu își dezvăluie caracterul politic, provine de la sponsori din afara Uniunii sau face obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialului publicitar. Este necesar un nivel ridicat de transparență, printre altele, pentru a sprijini dezbaterile politice și campaniile politice deschise și echitabile, precum și alegerile sau referendumurile libere și corecte și pentru a combate manipularea și ingerințele în ce privește informațiile, precum și ingerințele ilegale, inclusiv din partea țărilor terțe. Dacă publicitatea politică este transparentă, alegătorii și persoanele în general pot să înțeleagă mai bine, atunci când li se prezintă un material publicitar politic, în numele cui se difuzează materialul publicitar, precum și modul în care și motivul pentru care sunt vizați de un furnizor de servicii de publicitate, fiind astfel capabili într-o măsură mai mare să își exprime opțiunea de vot în cunoștință de cauză. Ar trebui sprijinită educația în domeniul mass-mediei pentru a ajuta persoanele să utilizeze în mod optim transparența publicității politice.

- (5) Prezentul regulament vizează să asigure că furnizarea de publicitate politică respectă pe deplin drepturile fundamentale.
- (6) În contextul publicității politice, se utilizează frecvent tehnici de vizare și tehnici de difuzare a materialelor publicitare pe baza prelucrării datelor cu caracter personal, inclusiv a datelor cu caracter personal observate și deduse, cum ar fi datele care dezvăluie opinii politice și alte categorii speciale de date. Tehnicile de vizare ar trebui să fie înțelese ca tehnici care sunt utilizate fie pentru a adresa un material publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, fie pentru a le exclude, de obicei cu un conținut adaptat, pe baza prelucrării datelor cu caracter personal. Tehnicile de difuzare a materialelor publicitare ar trebui înțelese ca o gamă largă de tehnici de optimizare care se bazează pe prelucrarea automată a datelor cu caracter personal pentru a crește circulația, raza de acțiune sau vizibilitatea unui material publicitar politic. Astfel de tehnici pot fi folosite de editorii de publicitate politică și, mai ales, de platformele online foarte mari, în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065 al Parlamentului European și al Consiliului⁴, pentru a transmite materiale publicitare politice unui public-țintă pe baza datelor cu caracter personal și a conținutului publicității. Transmiterea de materiale publicitare prin intermediul unor astfel de tehnici implică utilizarea unor algoritmi care sunt în prezent opaci pentru persoanele fizice și al căror efect poate fi diferit de cel dorit de sponsori sau de furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor. Având în vedere potențialul de utilizare abuzivă a datelor cu caracter personal prin vizare, inclusiv prin microvizare și alte tehnici avansate, astfel de tehnici pot prezenta amenințări deosebite la adresa unor interese publice legitime, cum ar fi corectitudinea, egalitatea de șanse și transparența în procesul electoral, precum și a drepturilor fundamentale la libertatea de exprimare, la viața privată și la protecția datelor cu caracter personal, la egalitate și nediscriminare, precum și a dreptului de a fi informat în mod obiectiv, transparent și pluralist.

⁴ Regulamentul (UE) 2022/2065 al Parlamentului European și al Consiliului din 19 octombrie 2022 privind o piață unică pentru serviciile digitale și de modificare a Directivei 2000/31/CE (Regulamentul privind serviciile digitale) (JO L 277, 27.10.2022, p. 1).

- (7) Publicitatea politică este în prezent reglementată în mod eterogen în statele membre, și, în multe cazuri, reglementările în vigoare tind să se concentreze asupra mass-mediei tradiționale. Există restricții specifice, inclusiv în ceea ce privește furnizarea transfrontalieră de servicii de publicitate politică, care afectează desfășurarea de campanii politice la nivel transfrontalier și paneuropean. Unele state membre interzic furnizorilor de servicii din Uniune stabiliți în alte state membre să presteze servicii de natură politică sau cu scop politic în timpul perioadelor electorale. În același timp, este probabil să existe lacune și deficiențe în dreptul intern al unor state membre, ceea ce poate duce uneori la difuzarea de publicitate politică fără a se ține seama de normele naționale relevante, existând riscul ca reglementarea transparenței în publicitatea politică să fie subminată.
- (8) Pentru a asigura un grad sporit de transparență a publicității politice, inclusiv pentru a răspunde preocupărilor cetățenilor, unele state membre au explorat deja sau au în vedere măsuri suplimentare pentru a aborda transparența publicității politice și pentru a sprijini o dezbateră politică echitabilă și alegeri sau referendumuri libere și corecte. Respectivăle măsuri naționale sunt avute în vedere în special pentru publicitatea politică publicată și difuzată online și pot include restricții suplimentare. Respectivăle măsuri variază de la măsuri fără caracter obligatoriu la măsuri obligatorii și implică diferite elemente de transparență.
- (9) Această situație duce la fragmentarea pieței interne, reduce securitatea juridică pentru furnizorii de servicii de publicitate politică care pregătesc, plasează, promovează, publică, distribuie sau difuzează materiale publicitare politice, creează obstacole în calea liberei circulații a serviciilor conexe, denaturează concurența pe piața internă, inclusiv între furnizorii de servicii offline și online, și implică eforturi complexe de asigurare a conformității și costuri suplimentare pentru furnizorii de servicii relevanți.

- (10) În acest context, este probabil ca furnizorii de servicii de publicitate politică să fie descurajați să își furnizeze serviciile în situații transfrontaliere. Acest lucru este valabil în special pentru microîntreprinderi și întreprinderi mici și mijlocii, care adesea nu dispun de resursele necesare pentru a absorbi sau a transfera costurile ridicate de asigurare a conformității legate de pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea publicității politice în mai multe state membre. Acest lucru limitează disponibilitatea serviciilor și are un impact negativ asupra posibilității ca furnizorii de servicii să inoveze și să ofere campanii multimodale și multinaționale în cadrul pieței interne.
- (11) Prin urmare, ar trebui să se asigure un nivel ridicat și consecvent de transparență a publicității politice în întreaga Uniune atunci când se furnizează servicii de publicitate politică, prevenindu-se existența unor divergențe care împiedică libera circulație a serviciilor conexe în cadrul pieței interne prin stabilirea unor norme armonizate privind furnizarea de servicii de publicitate politică, inclusiv obligații în materie de transparență și de diligență aferentă, pentru sponsori și furnizorii de servicii de publicitate politică și garantându-se protecția uniformă a drepturilor persoanelor și supravegherea în întreaga piață internă în temeiul articolului 114 din TFUE.
- (12) Statele membre nu ar trebui să mențină sau să introducă în dreptul lor intern dispoziții privind transparența publicității politice care sunt diferite de cele stabilite în prezentul regulament, în special dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, care ar genera niveluri diferite de transparență în publicitatea politică. Armonizarea deplină a obligațiilor în materie de transparență și de diligență aferentă legate de publicitatea politică crește securitatea juridică și reduce fragmentarea obligațiilor pe care furnizorii de servicii le îndeplinesc în contextul publicității politice.

- (13) Armonizarea deplină a obligațiilor în materie de transparență și de diligență aferentă nu ar trebui să aducă atingere libertății furnizorilor de servicii de publicitate politică de a furniza în mod voluntar informații suplimentare privind publicitatea politică, ca parte a libertății de exprimare și informare protejate în temeiul articolului 11 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene (denumită în continuare „Carta”).
- (14) Prezentul regulament se limitează la armonizarea normelor cu privire la obligațiile în materie de transparență și de diligență necesară aferentă pentru furnizarea de servicii de publicitate politică și cu privire la utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de distribuire a materialelor publicitare, precum și a normelor privind supravegherea și asigurarea respectării acestuia. Acesta nu ar trebui să afecteze nici conținutul publicității politice, nici normele Uniunii sau ale statelor membre care reglementează aspecte legate de publicitatea politică, altele decât cele reglementate de prezentul regulament. Prin urmare, prezentul regulament nu modifică normele care reglementează desfășurarea și finanțarea campaniilor politice, inclusiv interdicțiile generale sau limitările impuse publicității politice în timpul anumitor perioade, așa-numitele perioade de liniște electorală, și donațiile din partea donatorilor individuali de campanie ori interdicțiile privind utilizarea publicității comerciale în scopuri de campanie electorală. În plus, prezentul regulament nu ar trebui să afecteze, în special, drepturile fundamentale la libertatea de opinie și libertatea de exprimare.
- (15) La aplicarea și asigurarea respectării prezentului regulament ar trebui să se țină seama de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii, în conformitate cu principiul proporționalității. Noțiunea de microîntreprinderi și de întreprinderi mici și mijlocii ar trebui înțeleasă ca fiind întreprinderi care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului⁵.

⁵ Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 26 iunie 2013 privind situațiile financiare anuale, situațiile financiare consolidate și rapoartele conexe ale anumitor tipuri de întreprinderi, de modificare a Directivei 2006/43/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivelor 78/660/CEE și 83/349/CEE ale Consiliului (JO L 182, 29.6.2013, p. 19).

- (16) Prezentul regulament ar trebui să prevadă obligații armonizate în materie de transparență și de diligență aferentă care să fie aplicabile actorilor economici care furnizează servicii de publicitate politică și servicii conexe, mai precis activități care sunt furnizate în mod normal în schimbul unei remunerații, care poate include prestații în natură. Aceste servicii constau în special în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea și difuzarea materialelor publicitare politice. Normele din prezentul regulament care prevăd un nivel ridicat de transparență a serviciilor de publicitate politică se bazează pe articolul 114 din TFUE. Prezentul regulament ar trebui, de asemenea, să abordeze utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de distribuire a unui material publicitar, care se bazează pe prelucrarea datelor cu caracter personal, în contextul promovării, publicării, distribuirii sau difuzării publicității politice. Normele din prezentul regulament care se referă la utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a celor de distribuire a unui material publicitar se bazează pe articolul 16 din TFUE. Publicitatea politică adresată persoanelor dintr-un stat membru ar trebui să includă publicitatea pregătită, plasată, promovată, publicată, distribuită sau difuzată integral de furnizori de servicii stabiliți în afara Uniunii, dar difuzată persoanelor fizice din Uniune. Pentru a stabili dacă un material publicitar politic este adresat persoanelor fizice dintr-un stat membru, ar trebui să se țină seama de factori care leagă acel material de statul membru respectiv, inclusiv limba, contextul, obiectivul materialului publicitar și mijloacele sale de difuzare.
- (17) Particularitățile mijlocului de publicare sau de difuzare a materialului publicitar politic ar trebui luate în considerare la aplicarea prezentului regulament, în special pentru a adapta modalitățile sale la televiziune, radio și ziar, după caz, în conformitate cu dreptul Uniunii.

- (18) Ar trebui reamintit faptul că furnizarea transfrontalieră de servicii de publicitate pe piața internă este supusă principiului nediscriminării. Respectivul principiu implică, printre altele, că accesul beneficiarului la un serviciu oferit publicului nu poate fi restricționat numai pe motive de cetățenie, de reședință sau de stabilire a beneficiarului. Prin urmare, furnizorilor de servicii de publicitate politică nu ar trebui să li se permită să discrimineze sponsorii care își au reședința sau sunt stabiliți legal în Uniune pe baza locului lor de reședință sau de stabilire, cu excepția cazului în care diferența de tratament este justificată și proporțională în conformitate cu dreptul Uniunii. Accesul nediscriminatoriu la serviciile transfrontaliere de publicitate politică este esențial pentru ca destinatarii acestor servicii să beneficieze de toate avantajele pieței interne în sectorul respectiv. Accesul nediscriminatoriu la serviciile transfrontaliere de publicitate politică este deosebit de important pentru partidele politice europene, având în vedere rolul lor de a contribui la formarea conștiinței politice europene și de exprimare a voinței cetățenilor Uniunii, astfel cum se prevede la articolul 10 alineatul (4) din TUE și la articolul 12 alineatul (2) din Cartă, precum și statutul lor juridic european în temeiul Regulamentului (UE, Euratom) nr. 1141/2014 al Parlamentului European și al Consiliului⁶.

⁶ Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014 al Parlamentului European și al Consiliului din 22 octombrie 2014 privind statutul și finanțarea partidelor politice europene și a fundațiilor politice europene (JO L 317, 4.11.2014, p. 1).

Restricțiile nejustificate impuse de furnizorii de servicii de publicitate politică asupra libertății partidelor politice europene de a beneficia de servicii transfrontaliere de publicitate politică nu ar trebui să fie permise, deoarece obstrucționează desfășurarea unor campanii politice eficiente în întreaga Uniune, împiedicându-le astfel să își îndeplinească rolul care le este atribuit prin tratate. În consecință, furnizorii de servicii de publicitate politică nu ar trebui să refuze, să împiedice sau să facă mai puțin atractive serviciile lor pentru un partid politic european exclusiv din motive legate de locul său de stabilire, inclusiv de înregistrare, fără a exclude posibilitatea unor diferențe de tratament bazate pe motive obiective justificate. Un raționament similar se aplică grupurilor politice din Parlamentul European care sunt constituite în conformitate cu Regulamentul de procedură al Parlamentului European și care își îndeplinesc atribuțiile ca parte a activităților Uniunii. Clauza privind nediscriminarea prevăzută în prezentul regulament nu determină și nici nu afectează în niciun fel statutul juridic al partidelor politice europene sau al grupurilor politice din Parlamentul European, deoarece se limitează la abordarea poziției lor de sponsori.

- (19) Este cunoscut faptul că ingerința în alegeri a anumitor entități din țări terțe sau resortisanți ai țărilor terțe, care pot sponsoriza publicitatea politică în Uniune, reprezintă o amenințare gravă la adresa democrației, care este o valoare comună a Uniunii și a cărei securizare este de o importanță fundamentală pentru Uniune și statele sale membre. În consecință, unele state membre au instituit deja sau au în vedere diverse restricții impuse entităților din țări terțe sau resortisanților țărilor terțe în ceea ce privește acordarea de finanțare în contextul alegerilor. Această situație de reglementare eterogenă, care este probabil să se agraveze din cauza climatului internațional tensionat predominant, creează obstacole în calea activității furnizorilor de servicii de publicitate politică pe piețele din diferite state membre. Prin urmare, această situație de reglementare eterogenă ar trebui să fie apropiată spre un standard minim comun. Furnizorilor de servicii de publicitate politică ar trebui să li se impună, în cele trei luni care preced alegerile sau referendumul organizat la nivelul Uniunii sau la nivel național, regional sau local într-un stat membru, să furnizeze servicii de publicitate politică numai cetățenilor Uniunii, resortisanților țărilor terțe care au reședința permanentă în Uniune și care au drept de vot la alegerile sau referendumul respectiv sau persoanelor juridice stabilite în Uniune care nu sunt controlate de entități din țări terțe. Riscul de ingerință în alegeri sau referendumuri în diferite state membre și evaluările statelor membre cu privire la acest risc variază, motiv pentru care norme naționale mai stricte care prevăd în special perioade mai lungi de timp pentru restricționarea sponsorizării de către entități din țări terțe sau de către resortisanți ai țărilor terțe pot fi adecvate în diferite state membre. Prin urmare, standardul minim de trei luni nu ar trebui să împiedice statele membre să prevadă norme naționale mai stricte cu respectarea dreptului Uniunii. În cazul în care alegerile sau referendumul sunt anunțate cu mai puțin de trei luni înainte de data alegerilor sau a referendumului respectiv, acest lucru nu ar trebui înțeles ca dând naștere unor obligații în perioada anterioară anunțării alegerilor sau referendumurilor.

- (20) Pentru a contracara manipularea informațiilor și ingerințele în publicitatea politică, sunt încurajate „platformele online”, astfel cum sunt definite în Regulamentul (UE) 2022/2065, inclusiv prin Codul de bune practici privind dezinformarea, pentru a stabili și pune în aplicare politici adaptate și alte măsuri relevante, inclusiv prin participarea lor la inițiative mai ample de demonetizare a dezinformării pentru a împiedica plasarea de publicitate politică care conține dezinformare.
- (21) Nu există nicio definiție a publicității politice sau a materialelor publicitare politice la nivelul Uniunii. Este necesară o definiție la nivelul Uniunii pentru a stabili domeniul de aplicare a obligațiilor armonizate în materie de transparență și de diligență aferentă, precum și a normelor privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de distribuire a materialelor publicitare. Această definiție ar trebui să acopere numeroasele forme pe care le poate lua publicitatea politică, precum și orice mijloace și modalități de publicare sau difuzare în cadrul Uniunii, indiferent dacă sursa se află în Uniune sau într-o țară terță.

- (22) Definiția publicității politice ar trebui să includă publicitatea pregătită, plasată, promovată, publicată, distribuită sau difuzată direct sau indirect de către un actor politic sau pregătită, plasată, promovată, publicată, distribuită sau difuzată în orice mod, direct sau indirect, pentru un astfel de actor ori în numele său. De obicei, publicitatea politică se află, direct sau indirect sub controlul unui sponsor, care ar putea fi un actor politic și care ar putea, în special, să stabilească natura politică, conținutul sau publicarea materialului publicitar politic în curs de pregătire, plasare, promovare, publicare, difuzare sau diseminare. Uneori, o altă entitate poate exercita, în cele din urmă, controlul asupra unui sponsor. Stabilirea faptului dacă o entitate controlează în ultimă instanță un sponsor ar trebui să se bazeze pe drepturi, contracte sau orice alte mijloace care, fie separat, fie în combinație și având în vedere considerentele de fapt sau de drept implicate, conferă posibilitatea de a exercita o influență decisivă asupra unei entități, în special prin dreptul de proprietate, dreptul de utilizare integrală sau parțială a activelor unei entități sau drepturi sau contracte care conferă o influență decisivă asupra componenței, votului sau deciziilor organelor unei entități. Pentru a stabili dacă un mesaj este de natură pur privată sau pur comercială, ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți, cum ar fi conținutul său, sponsorul mesajului, limba utilizată pentru a transmite mesajul, contextul în care este transmis mesajul, inclusiv perioada de difuzare, obiectivul mesajului și mijloacele prin care mesajul este pregătit, plasat, promovat, publicat, distribuit sau difuzat și publicul-țintă. Mesajele privind statutul familial sau activitățile comerciale ale unui actor politic sunt susceptibile de a fi pur private sau pur comerciale.

- (23) Promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea de către alți actori a unui mesaj care este de natură și conceput să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, un comportament de vot sau un proces legislativ ori de reglementare la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local ar trebui să constituie, de asemenea, publicitate politică. Un proces legislativ sau de reglementare ar trebui să includă luarea de decizii cu efecte obligatorii cu aplicare generală la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local. Ar trebui să existe o legătură clară și substanțială între mesaj și potențialul acestuia de a influența rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau un proces legislativ sau de reglementare. Pentru a stabili existența unei astfel de legături, ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți la momentul în care mesajul a fost promovat, publicat, livrat sau difuzat, cum ar fi identitatea sponsorului mesajului, forma și conținutul mesajului, limba vorbită sau scrisă folosită pentru a transmite mesajul, contextul în care a fost transmis mesajul, inclusiv perioada de difuzare, cum ar fi o perioadă electorală, obiectivul mesajului și mijloacele prin care mesajul a fost promovat, publicat, distribuit sau difuzat și publicul-țintă al mesajului. Limba ar trebui înțeleasă ca incluzând orice limbă utilizată în Uniune, inclusiv dialectele regionale și limbajul semnelor, utilizând orice mijloc de comunicare sau de codificare, cum ar fi alfabetul Braille și alte mijloace. Proiectarea ar trebui să fie evidentă în acești factori, și nicio legătură nu ar trebui stabilită exclusiv, în mod retroactiv, din impactul unui mesaj.

- (24) Publicitatea politică cuprinde situația în care pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea unui mesaj care este apt și conceput să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, un comportament de vot sau un proces legislativ sau de reglementare sunt efectuate de o entitate care acționează în nume propriu (activități interne). Activitățile interne, care ar trebui considerate relevante exclusiv pentru capitolul III din prezentul regulament, ar trebui înțelese ca activități desfășurate în cadrul unei entități care cuprind sau contribuie în mod substanțial la pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin orice mijloace, a unui mesaj care poate și este conceput să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul electoral sau un proces legislativ sau de reglementare.
- (25) Publicitatea comercială și practicile de marketing pot afecta în mod legitim percepția consumatorilor cu privire la produse și servicii sau comportamentul lor de cumpărare, inclusiv prin diferențierea mărcilor pe baza acțiunilor întreprinse de societăți în domeniul responsabilității sociale a întreprinderilor, care produc un impact social, sau prin orice alt tip de implicare orientată către scopuri specifice. Prezentul regulament ar trebui să se aplice publicității comerciale care este aptă și concepută să influențeze rezultatul unui scrutin sau al unui referendum, un comportament electoral sau un proces legislativ sau de reglementare.
- (26) Comisia ar trebui să elaboreze orientări comune pentru punerea în aplicare eficientă a prezentului regulament și, în special, pentru a sprijini sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor în declararea și identificarea publicității politice și pentru a sprijini furnizorii de servicii de publicitate politică în facilitarea și administrarea corespunzătoare a acestor declarații.

- (27) În interesul unei comunicări eficiente cu publicul larg, comunicările publice realizate de către, pentru sau în numele oricărei autorități publice dintr-un stat membru sau din Uniune, inclusiv de către membrii guvernului, cum ar fi comunicatele de presă sau conferințele care anunță inițiative legislative sau de reglementare și explică opțiunea politică care stă la baza acestor inițiative, nu ar trebui să constituie publicitate politică, cu condiția ca acestea să nu fie apte și concepute să influențeze rezultatul unei alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau un proces legislativ sau de reglementare. În mod similar, informațiile practice provenite din surse oficiale ale statelor membre sau ale Uniunii care se limitează strict la organizarea și modalitățile de participare la alegeri sau referendumuri, inclusiv anunțarea candidaturilor sau întrebarea cu privire la care se organizează referendumul, nu ar trebui, de asemenea, să constituie publicitate politică.
- (28) Prezentul regulament nu ar trebui să se aplice în cazurile în care un anumit spațiu public pentru prezentarea candidaților este prevăzut în mod explicit prin lege și este alocat cu titlu gratuit, de exemplu prin alocarea unui spațiu pentru o astfel de prezentare în municipalități și în alte zone publice sau a unui anumit spațiu de emisie la televiziune, atunci când acest lucru se realizează în mod echitabil și nediscriminatoriu și pe baza unor criterii transparente și obiective.

- (29) Mass-media contribuie la buna funcționare a proceselor democratice și joacă un rol esențial în ceea ce privește libertatea de exprimare și de informare, în special în perioada imediat anterioară alegerilor. Ele oferă un spațiu de dezbatere publică și contribuie la formarea opiniei publice. Prin urmare, prezentul regulament nu ar trebui să afecteze libertatea editorială a mass-mediei. Opiniile politice exprimate pe orice suport sub responsabilitate editorială nu ar trebui să facă obiectul regulamentului, cu excepția cazului în care terții oferă o plată specifică sau o altă remunerație pentru sau în legătură cu pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea acestora. Cu toate acestea, atunci când astfel de opinii politice sunt ulterior promovate, publicate sau difuzate de către furnizorii de servicii de publicitate politică, acestea ar putea fi considerate a fi publicitate politică.
- (30) Opiniile politice exprimate cu titlu personal constituie o manifestare specială a dreptului la libertatea de exprimare și de informare. Acestea nu constituie publicitate politică și este necesară o distincție clară în acest sens. În acest scop, opiniile politice exprimate cu titlu personal nu ar trebui să intre sub incidența prezentului regulament. Identificarea opiniilor politice exprimate cu titlu personal ar trebui, în mod normal, să rezulte din autodeterminarea individuală, dar pot fi luate în considerare elemente contextuale. Printre factorii relevanți s-ar putea număra dacă avizul este emis în numele unei alte entități, dacă mesajul intenționează să autopromoveze o candidatură sau o campanie în cadrul unor alegeri, al unui referendum sau al unui proces legislativ sau de reglementare, dacă este exprimat de o persoană care, în general, este activă în campanii sau în acțiuni de schimbare privind chestiuni politice sau sociale și dacă mesajul este difuzat unui număr nedeterminat de persoane. O opinie politică nu ar trebui considerată ca fiind exprimată cu titlu personal dacă se prevede o remunerație specifică din partea unor terți, inclusiv prestații în natură, sau în legătură cu exprimarea opiniei respective.

- (31) În sensul prezentului regulament, prin alegeri ar trebui să se înțeleagă alegerile pentru Parlamentul European, toate alegerile sau referendumurile organizate la nivel național, regional și local în statele membre și alegerile pentru stabilirea conducerii partidelor politice. Alte forme de alegeri, cum ar fi tururile de scrutin organizate în cadrul unei profesii sau în mod privat, nu ar trebui incluse în această noțiune.
- (32) Este necesar ca materialul publicitar politic să fie definit ca un caz de publicitate politică. Materialele publicitare includ mijloacele prin care este comunicat mesajul publicitar, inclusiv prin intermediul presei scrise, al mijloacelor de televiziune și radiodifuziune, al site-urilor web, al motoarelor de căutare și al mijloacelor de streaming sau prin intermediul unui serviciu de platformă online.
- (33) Definiția actorilor politici ar trebui să facă referire la concepte definite în temeiul dreptului Uniunii, precum și în temeiul dreptului național, în concordanță cu instrumentele juridice internaționale, cum ar fi cele ale Consiliului Europei. Definiția actorilor politici ar trebui să includă entitățile afiliate și cele subsidiare ale unui partid politic înființate, cu sau fără personalitate juridică, pentru a îl sprijini sau a urmări îndeplinirea obiectivelor sale, de exemplu prin stabilirea de contacte cu un grup specific de alegători sau într-un scop electoral specific.
- (34) Definiția actorilor politici ar trebui să includă, de asemenea, candidații la orice mandat electiv sau deținătorii acestuia și membrii guvernului unui stat membru de la nivel național, regional sau local sau din cadrul instituțiilor Uniunii, cu excepția Curții de Justiție a Uniunii Europene, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi.

- (35) Definiția unei campanii de publicitate politică ar trebui să se refere la pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea unei serii de materiale publicitare conexe în executarea unui contract de publicitate politică pe baza unei pregătiri, sponsorizări sau finanțări comune.
- (36) Definiția publicității politice nu ar trebui să afecteze definițiile naționale ale partidelor politice, ale obiectivelor politice sau ale campaniilor politice sau să modifice regulile de campanie politică sau să constituie ingerințe în acestea la nivel național.
- (37) Definiția actorului politic nu ar trebui să afecteze normele naționale privind cine poate desfășura o campanie politică și nu ar trebui să oblige statele membre să adopte astfel de norme.
- (38) Pentru a cuprinde gama largă de furnizori relevanți de servicii legate de serviciile de publicitate politică, noțiunea de furnizori de servicii de publicitate politică ar trebui să fie înțeleasă ca incluzând furnizorii implicați în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea de materiale publicitare politice. De exemplu, furnizorii de servicii de publicitate politică pot acționa în numele sponsorilor, inițiind servicii de publicitate politică în numele acestora.
- (39) Definiția furnizorilor de servicii de publicitate politică nu ar trebui să includă furnizorii care furnizează servicii pur auxiliare în legătură cu serviciile de publicitate politică. Serviciile auxiliare sunt servicii care sunt prestate suplimentar față de publicitatea politică și în completarea acesteia, dar care nu au nicio influență directă asupra conținutului sau prezentării acesteia și niciun control direct asupra pregătirii, plasării, promovării, publicării, distribuirii sau difuzării acesteia. Astfel de servicii pot include transport, finanțare și investiții, achiziții, vânzări, catering, marketing, servicii informatice, curățenie, întreținere, servicii poștale, servicii de tipărire, design grafic, sonor sau fotografic.

- (40) Un sponsor ar trebui să fie definit ca fiind persoana sau entitatea în numele căreia se pregătește, se plasează, se promovează, se publică, se distribuie sau se difuzează un material publicitar politic, de exemplu un candidat individual la alegeri sau un partid politic, și care este, în mod normal, persoana sau entitatea care oferă o remunerație în schimbul serviciilor de publicitate politică.
- (41) Editorii de publicitate politică ar trebui să fie definiți ca furnizori de servicii de publicitate politică, de obicei la capătul lanțului de furnizori de servicii, care publică, distribuie sau difuzează publicitate politică prin difuzare, prin punerea ei la dispoziție prin intermediul unei interfețe sau prin punerea ei la dispoziția publicului în alt mod.
- (42) Furnizorii de servicii de publicitate politică au responsabilități care sprijină realizarea obiectivelor prezentului regulament. Anumiți furnizori de servicii de publicitate politică difuzează, pun la dispoziție prin intermediul unei interfețe sau aduc în alt mod în domeniul public publicitate politică și, în virtutea acestui rol, sunt în măsură să se asigure că acest lucru se realizează în conformitate cu prezentul regulament și că oferă un standard ridicat de transparență. Prin urmare, acești furnizori de servicii ar trebui să aibă responsabilități specifice în calitate de editori de publicitate politică și este necesar ca aceștia să fie identificați ca atare.
- (43) Un sponsor ar trebui să declare cu sinceritate dacă publicitatea în cauză constituie publicitate politică, astfel cum este definită în prezentul regulament și, dacă în ultimele trei luni anterioare alegerilor sau referendumului organizat la nivelul Uniunii sau la nivel național, regional sau local într-un stat membru, este în măsură să acționeze în calitate de sponsor în conformitate cu prezentul regulament. Sponsorul ar trebui să fie responsabil de exactitatea unei astfel de declarații. În plus, odată ce un material publicitar a fost identificat ca material publicitar politic, difuzarea sa ulterioară ar trebui să respecte în continuare cerințele în materie de transparență și de diligență aferentă.

- (44) Având în vedere importanța garantării în special a eficacității normelor privind cerințele în materie de transparență și de diligență aferentă, acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea de servicii de publicitate politică ar trebui să asigure faptul că informațiile necesare pentru a permite furnizorilor de servicii de publicitate politică să se conformeze prezentului regulament sunt transmise cu bună-credință, în mod complet și exact, și fără întârzieri nejustificate. În cazul unei declarații sau al unor informații incomplete, depășite sau eronate, prezentul regulament ar trebui să prevadă completarea, actualizarea sau corectarea unei astfel de declarații sau informații. Aceasta nu ar trebui să constituie o obligație generală pentru furnizorul de servicii de publicitate politică de a monitoriza veridicitatea declarațiilor privind natura politică a materialelor publicitare sau de a se angaja în demersuri excesive sau costisitoare de stabilire a faptelor. Pentru a pune în aplicare în mod eficient cerința de a completa, actualiza sau corecta astfel de declarații sau informații, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să își adapteze interfețele online pentru a facilita respectarea unor astfel de obligații.
- (45) Furnizorii de servicii de publicitate ar trebui să considere o declarație sau o informație ca fiind vădit eronată în cazul în care acest lucru reiese din conținutul publicității, din identitatea sponsorului sau din contextul în care este furnizat serviciul în cauză, fără verificări suplimentare sau acțiuni de stabilire a faptelor.

- (46) Editorii de publicitate politică care sunt, de asemenea, platforme online foarte mari și motoare de căutare online foarte mari în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065 ar trebui să identifice, să analizeze și să evalueze cu diligență orice riscuri sistemice pe care le prezintă serviciile lor de publicitate politică în contextul evaluărilor lor de risc în conformitate cu articolul 34 din regulamentul menționat și să pună în aplicare măsuri de atenuare rezonabile, proporționale și eficace în conformitate cu articolul 35 din regulamentul respectiv pentru a aborda aceste riscuri.
- (47) Normele privind cerințele în materie de transparență și de diligență aferentă prevăzute în prezentul regulament ar trebui să se aplice numai serviciilor de publicitate politică, adică publicității politice care este furnizată în mod normal în schimbul unei remunerații, care poate include beneficii în natură. Respectivele norme nu ar trebui să se aplice conținutului încărcat de un utilizator al unui serviciu intermediar online, cum ar fi o platformă online, și difuzat de către serviciul intermediar online fără o contraprestație pentru plasarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea mesajului specific, cu excepția cazului în care utilizatorul a fost remunerat de un terț pentru materialul publicitar politic.
- (48) Normele privind cerințele în materie de transparență și de diligență aferentă nu ar trebui să se aplice nici schimbului de informații prin intermediul serviciilor de comunicații electronice, cum ar fi serviciile de mesaje electronice sau apelurile telefonice, cu condiția să nu fie implicat niciun serviciu de publicitate politică.

- (49) Libertatea de exprimare și de informare, astfel cum este protejată de articolul 11 din Cartă, include dreptul unei persoane de a avea opinii politice, de a primi și de a transmite informații politice și de a împărtăși idei politice. Orice limitare a acestei libertăți trebuie să respecte articolul 52 din Cartă. Libertatea respectivă poate face obiectul unor modulări și restricții atunci când acestea sunt necesare și justificate de urmărirea unui interes public legitim și dacă se respectă principiile generale ale dreptului Uniunii, cum ar fi proporționalitatea și securitatea juridică. Aceasta este, printre altele, situația în special atunci când ideile politice sunt comunicate prin intermediul furnizorilor de servicii de publicitate politică. Libertatea de exprimare și de informare este una dintre pietrele de temelie ale unui dialog democratic vibrant.
- (50) Prezentul regulament nu ar trebui să oblige statele membre să ia măsuri care să contravină principiilor fundamentale privind libertatea de exprimare și de informare, în special libertatea presei și libertatea de exprimare în alte mijloace de informare în masă, astfel cum rezultă din tradițiile constituționale sau din normele care reglementează drepturile, responsabilitățile și garanțiile procedurale ale presei și ale celorlalte mijloace de informare atunci când aceste norme se referă la stabilirea sau limitarea răspunderii.

- (51) În ceea ce privește intermediarii online, Regulamentul (UE) 2022/2065 se aplică materialelor publicitare politice publicate sau difuzate de intermediari online prin norme orizontale aplicabile tuturor tipurilor de publicitate online, inclusiv materialelor publicitare comerciale și politice. Pe baza definiției publicității politice stabilite în prezentul regulament, este oportun să se ofere mai multe detalii privind cerințele de transparență prevăzute pentru editorii de publicitate care intră în domeniul de aplicare al Regulamentului (UE) 2022/2065, în special pentru platformele online foarte mari. Este vorba în special de informațiile referitoare la finanțarea materialelor publicitare politice. Cerințele prevăzute în prezentul regulament nu ar trebui să aducă atingere Regulamentului (UE) 2022/2065.
- (52) Pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea și difuzarea materialelor publicitare politice pot implica un lanț complex de furnizori de servicii de publicitate politică. Acest lucru este valabil în special atunci când selectarea conținutului publicitar, alegerea criteriilor de vizare a unui public-țintă și de distribuire a materialelor publicitare, furnizarea de date utilizate pentru vizarea unui public-țintă și pentru distribuirea unui material publicitar, furnizarea de tehnici de vizare a unui public-țintă și de distribuire a materialelor publicitare, distribuirea unui material publicitar și difuzarea acestuia pot fi controlate de furnizori de servicii diferiți.

În plus, sponsorii pot fi de asemenea implicați în diferite etape ale pregătirii, plasării, promovării, publicării, distribuirii și difuzării publicității politice. În mod similar, în scopul tehnicilor de vizare a unui public-țintă și al tehnicilor de distribuire a materialelor publicitare, un operator ar putea stabili scopurile și mijloacele prelucrării împreună cu alți operatori sau operațiunea de prelucrare ar putea fi efectuată în numele operatorului de către o altă entitate. Având în vedere jurisprudența Curții de Justiție a Uniunii Europene, controlul comun poate fi, de asemenea, constatat atunci când o singură entitate are acces la datele cu caracter personal în cauză. Având în vedere contribuțiile lor diferite, și anume definirea parametrilor de vizare a unui public-țintă, desemnarea categoriilor de date și prelucrarea atunci când afișează materiale publicitare, furnizorii de servicii și sponsorii ar decide în mod regulat împreună cu privire la mijloacele și scopurile prelucrării datelor cu caracter personal pentru publicitatea politică și, prin urmare, ar putea fi considerați operatori asociați în temeiul articolului 26 din Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului⁷ și al articolului 28 din Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului⁸. Prin urmare, este necesar să se prevadă o alocare clară a responsabilităților diferitelor entități în temeiul prezentului regulament.

⁷ Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1).

⁸ Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului din 23 octombrie 2018 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal de către instituțiile, organele, oficiile și agențiile Uniunii și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 45/2001 și a Deciziei nr. 1247/2002/CE (JO L 295, 21.11.2018, p. 39).

- (53) În cazul în care o construcție comercială sau contractuală artificială riscă să eludeze efectul util al obligațiilor de transparență prevăzute în prezentul regulament, obligațiile respective ar trebui să se aplice entității sau entităților care, în ultimă instanță, furnizează serviciul de publicitate.
- (54) Deși implică cerințe specifice, obligațiile prevăzute în prezentul regulament nu ar trebui înțelese ca impunând în sarcina furnizorilor de servicii intermediare o obligație generală de monitorizare a conținutului politic partajat de persoane fizice sau juridice sau impunând în sarcina acestora o obligație generală de a lua măsuri proactive în legătură cu conținutul ilegal pe care furnizorii respectivi îl transmit sau îl stochează.
- (55) Pentru a sprijini respectarea cerințelor prezentului regulament, în special a celor privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de distribuire a materialelor publicitare în contextul publicității politice online, furnizorii de servicii intermediare sunt încurajați să înlesnească identificarea publicității politice încărcate sau difuzate direct de utilizatori prin intermediul serviciului lor intermediar online. De exemplu, furnizorii intermediari de servicii ar putea pune la dispoziția utilizatorilor mecanisme eficiente pentru a indica faptul că un material publicitar este politic.

- (56) Transparența publicității politice ar trebui să le permită persoanelor fizice să înțeleagă că au de a face cu un material publicitar politic. Editorii de publicitate politică ar trebui să asigure publicarea, împreună cu fiecare material publicitar politic, a unei declarații clare care să ateste că este un material publicitar politic și a altor informații, cum ar fi identitatea sponsorului său, campania politică din care face parte și dacă a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă și de distribuire a materialelor publicitare. După caz, numele sponsorului ar putea include un logo politic. Editorii de publicitate politică ar trebui să se asigure că materialele publicitare politice sunt etichetate corect și ar trebui să utilizeze o etichetare eficace și care să includă informațiile specificate, inclusiv o indicație clară a locului în care să obțină notificarea privind transparența. Ar trebui conferite competențe de executare Comisiei pentru a adopta acte de punere în aplicare pentru a stabili formatul și modelul etichetelor și pentru a se asigura că acestea sunt adaptate la suportul utilizat, ținând seama de cele mai recente evoluții tehnologice și de piață, de cercetarea științifică relevantă și de cele mai bune practici.

- (57) Pentru a sprijini asumarea răspunderii în procesul politic, informațiile care trebuie furnizate într-o notificare privind transparența ar trebui să includă, de asemenea, identitatea sponsorului și, după caz, a entității care controlează în ultimă instanță sponsorul. Ar trebui indicat în mod clar locul de rezidență sau de stabilire al sponsorului și dacă sponsorul este o persoană fizică sau juridică. Datele cu caracter personal privind persoanele implicate în publicitatea politică care nu au legătură cu sponsorul sau cu alți actori politici implicați nu ar trebui să fie furnizate în notificarea privind transparența. Notificarea privind transparența ar trebui să conțină, de asemenea, informații privind perioada de difuzare, eventualele alegeri cu care are legătură, suma cheltuită și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru materialul publicitar specific, precum și pentru întreaga campanie publicitară, sursa fondurilor utilizate și alte informații pentru a asigura echitatea difuzării materialelor publicitare politice. Informațiile privind sursa fondurilor utilizate se referă, de exemplu, la originea publică sau privată a acestora și la faptul că provin din interiorul sau din afara Uniunii. Informațiile privind alegerile sau referendumurile cu care are legătură materialul publicitar politic ar trebui să includă, atunci când este posibil, un link către informațiile provenite din surse oficiale cu privire la organizarea și modalitățile de participare sau de promovare a participării la aceste alegeri sau referendumuri. În cazul în care un material publicitar politic este republicat după ce a fost suspendat sau întrerupt din cauza unei încălcări a prezentului regulament, notificările privind transparența ar trebui să precizeze acest lucru pentru a se asigura că persoanele individuale sunt informate în mod corespunzător. Notificarea privind transparența ar trebui să fie disponibilă imediat i când materialul publicitar este publicat sau difuzat, iar informațiile pe care le conține ar trebui să fie actualizate în mod permanent. În plus, notificarea privind transparența ar trebui să includă, de asemenea, informații cu privire la modul de notificare a materialelor publicitare politice în concordanță cu mecanismele stabilite în prezentul regulament. Respectiva cerință nu ar trebui să aducă atingere dispozițiilor privind notificarea prevăzute în Regulamentul (UE) 2022/2065.

- (58) Pentru a asigura o mai mare transparență a publicității politice, este necesar să se colecteze și să se prezinte în notificarea privind transparența informații relevante cu privire la raza de acțiune a publicității politice și la implicarea persoanelor fizice în aceasta. Raza de acțiune a mesajului se referă la date care permit cuantificarea distribuției geografice și a numărului de persoane care au văzut, au primit sau au interacționat în alt mod cu publicitatea politică, inclusiv numărul de vizualizări, impresii și clicuri. Implicarea în mesaj se referă la date care permit cuantificarea interacțiunilor persoanelor cu publicitatea politică online, măsurate prin diferite mijloace, inclusiv perioada de interacțiune cu materialul publicitar politic. Standardele relevante pentru pregătirea notificărilor privind etichetarea și transparența materialelor publicitare politice ar trebui să abordeze cuantificarea impactului și a implicării.
- (59) Prezentarea informațiilor în notificarea privind transparența poate varia în funcție de mijloacele utilizate. Pentru a găsi cu ușurință informațiile din notificarea privind transparența în publicitatea offline, s-ar putea utiliza, de exemplu, un link dedicat pe o pagină web, un cod de răspuns rapid (sau „cod QR”) sau măsuri tehnice echivalente ușor de utilizat. Cerința ca informațiile cu privire la notificarea privind transparența să fie, printre altele, clar vizibile ar trebui să implice ca acestea să fie vizibile în mod proeminent în sau împreună cu materialul publicitar. Cerința ca informațiile publicate în notificarea privind transparența să fie ușor accesibile, să poată fi citite automat, atunci când este posibil din punct de vedere tehnic, și să fie ușor de utilizat ar trebui să implice faptul că acestea răspund nevoilor persoanelor cu dizabilități prin respectarea cerințelor de accesibilitate aplicabile, inclusiv, atunci când este posibil din punct de vedere tehnic, prin punerea la dispoziție a informațiilor prin mai multe canale senzoriale. Pentru a putea ține seama de cele mai recente evoluții tehnologice și ale pieței, de cercetarea științifică relevantă și de cele mai bune practici și pentru a se asigura că notificările privind transparența sunt adaptate la mediul utilizat, Comisiei ar trebui să i se confere competențe de implementare pentru a adopta acte de punere în aplicare prin care să se stabilească formatul acestora și să se furnizeze specificații tehnice.

- (60) Este necesar ca, în cazul în care publicitatea politică este pusă la dispoziție pe cale electronică, inclusiv prin intermediul unui suport online, notificarea însoțitoare privind transparența să fie disponibilă și în format electronic și într-un format care poate fi citit automat. Publicitatea politică care este pusă la dispoziție numai prin intermediul unui suport offline, cum ar fi broșurile tipărite sau ziarele tipărite, poate fi însoțită de notificări privind transparența, care sunt, de asemenea, puse la dispoziție numai prin intermediul unui suport offline, incluse în aceeași broșură sau ziar tipărit. Cu toate acestea, în cazul în care publicitatea politică este pusă la dispoziție prin intermediul unui suport offline, iar notificarea privind transparența este pusă la dispoziție în format electronic, notificarea privind transparența ar trebui să fie, de asemenea, într-un format care poate fi citit automat.
- (61) Informațiile ar trebui considerate a putea fi citite automat dacă sunt furnizate într-un format pe care aplicațiile software îl pot prelucra automat, fără intervenție umană, în special în scopul identificării, recunoașterii și extragerii de date specifice din acestea.
- (62) Notificările privind transparența ar trebui concepute astfel încât să sensibilizeze utilizatorii și să îi ajute să identifice în mod clar materialele publicitare politice ca atare. Acestea ar trebui să fie concepute astfel încât să rămână în vigoare sau să rămână accesibile în cazul în care un material publicitar politic este difuzat în continuare, de exemplu fiind publicat pe o altă platformă sau transmis între persoane. Informațiile incluse în notificarea privind transparența ar trebui să fie publicate atunci când începe publicarea materialelor publicitare politice și să rămână astfel până la sfârșitul publicării acestora. Editorii de publicitate politică ar trebui să păstreze și să pună la dispoziție la cerere notificările privind transparența, împreună cu eventualele modificări, pentru o perioadă de șapte ani de la ultima publicare.

- (63) Întrucât editorii de publicitate politică pun la dispoziția publicului materialele publicitare politice, ei ar trebui să publice sau să difuzeze publicului informațiile incluse în notificarea privind transparența odată cu publicarea sau difuzarea materialului publicitar politic. În cazul în care editorul de publicitate politică constată, prin orice mijloace, că un material publicitar politic nu îndeplinește cerințele de transparență în temeiul prezentului regulament, de exemplu în urma unei notificări individuale, el ar trebui să depună toate eforturile pentru a completa sau corecta informațiile solicitate în temeiul prezentului regulament. În cazul în care informațiile nu pot fi completate sau corectate fără întârzieri nejustificate, editorii de publicitate politică nu ar trebui să pună la dispoziția publicului materialul publicitar politic care nu îndeplinește cerințele de transparență prevăzute în prezentul regulament sau ar trebui să întrerupă publicarea sau difuzarea lor către public. Într-o astfel de situație, editorii de publicitate politică ar trebui să informeze furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză și, după caz, sponsorul cu privire la măsurile rezonabile luate pentru a îndeplini cerințele prevăzute în prezentul regulament. Editorul ar trebui să informeze sponsorul sau furnizorul de servicii care acționează în numele sponsorului cu privire la orice decizie luată în această privință.

- (64) Pentru a asigura publicarea informațiilor privind publicitatea politică online impusă în temeiul prezentului regulament și accesul efectiv la acestea pentru toate persoanele interesate, este necesar ca Comisia să instituie și să asigure, direct sau prin încredințarea acestei responsabilități unei autorități de management, gestionarea unui registru public pentru toate materialele publicitare politice online și a registrului european de publicitate politică online. Orice delegare către o autoritate de gestionare ar trebui să facă obiectul adaptărilor necesare în materie de reglementare. Pentru a sprijini accesul persoanelor la informații, inclusiv pentru a facilita activitatea actorilor interesați, cum ar fi cercetătorii în rolul lor specific, și pentru a sprijini alegerile sau referendumurile libere și corecte și campaniile electorale corecte, inclusiv prin examinarea sponsorilor de materiale publicitare politice și prin analiza peisajului de publicitate politică, registrul respectiv ar trebui să cuprindă o funcționalitate care să permită accesul la publicitatea politică online, împreună cu informațiile necesare în temeiul prezentului regulament, pentru o perioadă definită, prin intermediul unui portal unic. Pentru a sprijini editorii de publicitate politică care nu constituie platforme online foarte mari sau motoare de căutare online foarte mari în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065, registrul respectiv ar trebui să cuprindă un serviciu de găzduire care să asigure disponibilitatea gratuită a publicității politice online și a informațiilor publicate împreună cu aceasta. Editorii de publicitate politică respectivi ar trebui să pună la dispoziție informațiile necesare într-un termen precizat. Editorii și sponsorii de publicitate politică ar trebui să rămână responsabili în ceea ce privește materialele publicitare politice și alte informații puse la dispoziție prin intermediul registrului european de materiale publicitare politice online, inclusiv pentru exhaustivitatea și acuratețea acestora și pentru asigurarea faptului că acestea rămân actualizate.

Pentru a asigura funcționarea eficientă a registrului european pentru materialele publicitare politice online, Comisiei ar trebui să i se confere competențe de executare pentru a adopta acte de punere în aplicare pentru a stabili modalități detaliate de funcționare a registrului respectiv. Actele de punere în aplicare respective ar trebui să se refere, printre altele, la o structură comună a datelor și la o interfață de programare a aplicațiilor, pentru a permite transmiterea informațiilor necesare, precum și extragerea acestora din registru, metadate pentru a facilita indexarea materialelor publicitare politice de către motoarele de căutare online și includerea acestora în registrul de date și soluții standardizate de autentificare, pentru a permite corelarea informațiilor privind transparența cu materialele publicitare politice, precum și autentificarea versiunilor informațiilor.

- (65) Atunci când își respectă obligațiile care le revin în temeiul prezentului regulament, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să țină seama în mod corespunzător de drepturile fundamentale și de alte drepturi și interese legitime. Furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui în special să acorde atenția cuvenită libertății de exprimare și de informare, inclusiv libertății și pluralismului mass-mediei.

- (66) În plus, editorii de publicitate politică care constituie platforme online foarte mari sau motoare de căutare online foarte mari în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065 ar trebui să se asigure că, pentru fiecare material publicitar politic, informațiile cuprinse în notificarea privind transparența sunt puse la dispoziție în registrele cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar menționate la articolul 39 din regulamentul menționat și că sunt accesibile prin intermediul registrului european de materiale publicitare politice online. Aceste informații ar trebui să fie puse la dispoziție din momentul publicării, să fie actualizate și furnizate în conformitate cu un standard pentru sector convenit pentru accesibilitate, structura datelor și acces prin intermediul unei interfețe comune de programare a aplicațiilor accesibile publicului.
- (67) În cazul în care furnizorul serviciului de publicitate politică care găzduiește sau stochează în alt mod conținutul unui material publicitar politic este diferit de furnizorul serviciului de publicitate politică care controlează site-ul web sau altă interfață care prezintă în cele din urmă materialul publicitar politic, aceștia ar trebui să fie considerați împreună editori de publicitate, cu responsabilități în ceea ce privește serviciul specific pe care îl prestează, pentru a se asigura că este furnizată etichetarea și că sunt disponibile notificarea privind transparența și informațiile relevante. Acordurile contractuale ale acestora ar trebui să permită respectarea prezentului regulament.

- (68) Informațiile privind sumele și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciile de publicitate politică pot contribui în mod util la dezbaterile politice. Este necesar să se asigure că din rapoartele anuale elaborate de editorii de publicitate politică relevanți se poate obține o imagine de ansamblu adecvată asupra activității de publicitate politică. Pentru a sprijini supravegherea și posibilitatea tragerii la răspundere, astfel de rapoarte ar trebui să includă informații cu privire la cheltuielile legate de vizarea unui public-țintă în publicitatea politică sau de difuzarea de publicitate politică în perioada relevantă, agregate pe campanie sau candidat, și inclusiv informații relevante transmise editorilor de publicitate politică de către o altă entitate. Pentru a evita sarcinile disproporționate, aceste obligații de raportare în materie de transparență nu ar trebui să se aplice microîntreprinderilor, întreprinderilor mici și mijlocii care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE.

- (69) Editorii de publicitate politică care furnizează servicii de publicitate politică ar trebui să instituie mecanisme care să le permită persoanelor fizice sau juridice să le raporteze că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament. Organizațiile societății civile, organizațiile pentru drepturile omului și organizațiile de supraveghere, jurnaliștii și alte entități interesate au un rol esențial în această privință. Mecanismele de raportare a acestor materiale publicitare ar trebui să fie ușor de accesat și de utilizat și ar trebui adaptate la forma de publicitate distribuită de editorul de publicitate. Pe cât posibil, aceste mecanisme ar trebui să fie accesibile chiar din materialul publicitar în cauză, de exemplu pe site-ul web al editorului de publicitate politică. Dacă este necesar, editorii de publicitate politică ar trebui să instituie măsuri tehnice pentru a asigura standarde minime de securitate a tehnologiei informației, inclusiv măsuri de prevenire a notificării automate. Editorii de publicitate politică ar trebui să se poată baza pe mecanismele existente, după caz. De exemplu, în cazul în care editorii de publicitate politică sunt furnizori de servicii de găzduire în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065, în ceea ce privește publicitatea politică găzduită la cererea destinatarilor serviciilor lor, editorii de publicitate politică ar trebui să se poată baza pe mecanismele de notificare și acțiune prevăzute în respectivul regulament în cazul notificărilor privind neconformitatea unor astfel de materiale publicitare cu prezentul regulament. Dacă aceste mecanisme nu sunt disponibile, ar trebui ca persoanele fizice să semnaleze materialele publicitare politice în cauză direct autorităților competente.

- (70) În interesul punerii în aplicare coerente a mecanismelor care să permită notificarea publicității politice potențial neconforme, Comisia ar trebui să elaboreze orientări, în special pentru a sprijini elaborarea unor specificații tehnice adecvate pentru mecanisme, adaptate mediului audiovizual și mass-mediei tipărite, precum și publicității online și offline.
- (71) Editorii de publicitate politică ar trebui să examineze și să soluționeze notificările primite în temeiul prezentului regulament în mod diligent, nearbitrar și obiectiv, astfel cum se specifică în prezentul regulament. Editorul de publicitate politică ar trebui să confirme primirea notificării și să informeze în mod adecvat persoana fizică sau juridică care a depus notificarea despre măsurile luate ca urmare a notificării și să ofere informații despre căile de atac posibile, inclusiv în temeiul Directivei (UE) 2020/1828 a Parlamentului European și a Consiliului⁹, cu privire la materialul publicitar la care se referă notificarea. Pentru a se asigura că sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate politică afectați sunt conștienți de impactul notificărilor, editorul de publicitate politică ar trebui să informeze sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză și cu privire la orice măsuri relevante pe care le iau în urma notificărilor. Pentru a asigura funcționarea eficace a acestor mecanisme în ultima lună care precedă alegerile sau referendumul, care este o perioadă deosebit de sensibilă, editorii de publicitate politică care nu îndeplinesc condițiile pentru a intra în categoria microîntreprinderilor sau a întreprinderilor mici sau mijlocii în temeiul articolului 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE ar trebui să prelucreze notificările pe care le primesc cu privire la un material publicitar legat de alegerile sau referendumul respectiv în termen de 48 de ore, cu condiția ca notificarea să poată fi prelucrată complet pe baza informațiilor incluse în notificare.

⁹ Directiva (UE) 2020/1828 a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2020 privind acțiunile în reprezentare pentru protecția intereselor colective ale consumatorilor și de abrogare a Directivei 2009/22/CE (JO L 409, 4.12.2020, p. 1).

- (72) Orice acțiune întreprinsă de un editor de publicitate politică ar trebui să fie strict direcționată, în sensul că ar trebui să servească în primul și primul rând la corectarea și completarea informațiilor solicitate și numai în ultimă instanță la eliminarea informațiilor specifice care nu respectă prezentul regulament. În acest sens, editorul de publicitate politică ar trebui să țină seama în mod corespunzător de libertatea de exprimare și de informare, precum și de alte drepturi fundamentale.
- (73) Pentru a le permite anumitor entități să își exercite rolul pe care îl dețin în cadrul societăților democratice, este oportun să se stabilească norme privind transmiterea informațiilor publicate împreună cu materialul publicitar politic sau cuprinse în notificarea privind transparența către actorii interesați, cum ar fi cercetătorii agreeți, jurnaliștii, organizațiile societății civile și observatorii electorali recunoscuți, cu scopul de a-i sprijini să își îndeplinească rolurile lor respective în procesul democratic. Furnizorii de servicii de publicitate politică nu ar trebui să fie obligați să răspundă solicitărilor care sunt neclare, excesive sau care vizează informații care nu sunt în posesia lor. În plus, furnizorului de servicii relevant ar trebui să i se permită să perceapă o taxă rezonabilă în cazul unor costuri semnificative, ținând seama de costurile administrative aferente furnizării informațiilor.

- (74) Se utilizează din ce în ce mai mult date cu caracter personal colectate direct de la persoane sau indirect, cum ar fi datele observate sau deduse, atunci când se grupează persoane în funcție de interesele lor presupuse sau derivate din activitatea lor online, în urma creării de profiluri comportamentale sau a altor tehnici de analiză, pentru ca anumiți alegători individuali sau anumite grupuri de alegători sau persoane să fie vizate de mesaje politice și pentru a amplifica impactul acestor mesaje. Pe baza prelucrării datelor cu caracter personal, în special a categoriilor speciale de date cu caracter personal prevăzute de Regulamentul (UE) 2016/679 și Regulamentul (UE) 2018/1725, se pot alcătui diferite grupuri de alegători sau de persoane, iar caracteristicile sau vulnerabilitățile acestora pot fi exploatate, de exemplu prin difuzarea de materiale publicitare în anumite momente și în locuri specifice, alese astfel încât să se profite de situațiile în care aceștia ar fi sensibili la un anumit tip de informații sau mesaje. Această prelucrare a datelor cu caracter personal are efecte specifice negative asupra drepturilor și libertăților fundamentale ale persoanelor, cum ar fi dreptul de a fi tratați în mod corect și echitabil, de a nu fi manipulați, de a primi informații obiective, de a-și forma opinia, de a lua decizii politice și de a-și exercita drepturile de vot. În plus, toate acestea au un impact negativ asupra procesului democratic, deoarece fac posibilă fragmentarea dezbaterii publice privind chestiuni societale importante, contactarea selectivă și, în cele din urmă, manipularea electoratului. De asemenea, crește riscul de răspândire a manipulării informațiilor și a ingerințelor străine. Publicitatea politică înșelătoare sau cu conținut mascat constituie un risc, deoarece influențează mecanismele esențiale care permit funcționarea societății noastre democratice. Ar trebui prevăzute restricții și condiții suplimentare față de cele prevăzute în Regulamentele (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725. Cerințele prevăzute în prezentul regulament privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare ce implică prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul publicității politice ar trebui să se bazeze pe articolul 16 din TFUE.

- (75) În conformitate cu dreptul Uniunii, operatorii, astfel cum sunt definiți la articolul 4, punctul 7 din Regulamentul (UE) 2016/679, ar trebui să se asigure că procesul decizional individual nu este afectat de interfețele înșelătoare (dark patterns) care denaturează sau afectează substanțial, fie intenționat, fie prin efectele lor, procesul decizional autonom și în cunoștință de cauză al persoanelor, inclusiv prin utilizarea căsuțelor bifate în prealabil și a altor tehnici pătinoare și netransparente care determină sau incită persoanele să ia anumite decizii pe care altfel nu le-ar fi luat. Utilizarea sistematică a interfețelor înșelătoare, a acordurilor de consimțământ neclare și a informațiilor înșelătoare, precum și timpul insuficient alocat citirii clauzelor și condițiilor constituie practici des întâlnite pentru a îngreuna procesul prin care persoanele să dispună de informații lipsite de ambiguitate și să dețină în mod clar controlul în contextul industriei de publicitate online. Normele de prevenire a interfețelor înșelătoare nu ar trebui înțelese ca împiedicând operatorii să interacționeze direct cu persoanele. Totuși, operatorii ar trebui să se abțină de la a solicita în mod repetat unei persoane fizice să facă o alegere când o astfel de alegere a fost deja făcută, de la a face procedura de retragere a consimțământului mai dificilă decât acordarea acestuia, de la a face ca anumite alegeri să fie mai dificile sau mai cronofage decât altele sau de la a folosi setări implicite care sunt foarte dificil de modificat și, prin urmare, distorsionează în mod nejustificat procesul decizional al persoanelor, într-un mod care le denaturează și afectează autonomia, procesul decizional și alegerea. Mecanismul de obținere a deciziilor de la persoane ar trebui să fie clar și ușor de utilizat, iar importanța relativă a alternativelor nu ar trebui să urmărească influențarea deciziei persoanei. Informațiile furnizate persoanelor în această privință ar trebui să fie succinte, redactate într-un limbaj simplu și inteligibil și puse la dispoziție cu ușurință, în mod vizibil și direct.

- (76) Editorii de publicitate politică care sunt furnizori sau utilizatori de tehnici de difuzare a materialelor publicitare ar trebui încurajați să ofere soluții care să reducă la minimum posibilitatea discriminării în furnizarea de materiale publicitare politice pe baza prelucrării datelor cu caracter personal.
- (77) În contextul publicității politice online ar trebui interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă și tehnicile de difuzare a materialelor publicitare care implică crearea de profiluri folosind categoriile speciale de date cu caracter personal menționate în Regulamentele (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725. Prin urmare, nu ar trebui să fie posibil să se invoce excepțiile prevăzute la articolul 9 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2018/1725 pentru utilizarea acestor tehnici în contextul publicității politice online. Utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare care implică prelucrarea de date cu caracter personal, altele decât categoriile speciale de date cu caracter personal, în contextul publicității politice online ar trebui să fie permisă numai atunci când se bazează pe date cu caracter personal colectate de la persoanele vizate și cu consimțământul explicit al acestora, furnizate separat în scopul publicității politice. Recunoscând rolul partidelor politice, al fundațiilor, al asociațiilor sau al oricăror alte organisme non-profit în democrația noastră, astfel de restricții nu ar trebui să le afecteze capacitatea de a comunica cu membrii și foștii lor membri și de a distribui informații, cum ar fi buletinele informative, legate de activitățile lor politice, atunci când se bazează exclusiv pe date privind abonamentele și pe date cu caracter personal furnizate de aceștia. Regulamentele (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725 se aplică prelucrării datelor cu caracter personal, iar consimțământul explicit ar trebui înțeles ca un consimțământ în înțelesul regulamentelor respective. Tehnicile de vizare a unui public-țintă și tehnicile de difuzare a materialelor publicitare, atunci când sunt utilizate în condițiile prevăzute în prezentul regulament, pot fi utile pentru diseminarea publicității politice și a informațiilor, precum și pentru comunicarea cu cetățenii și informarea acestora.

- (78) Operatorii de date nu ar trebui să utilizeze datele cu caracter personal obținute de la terți în scopul vizării unui public-țintă sau al difuzării de publicitate politică. Pentru a contribui la prevenirea microdirecționării manipulative, este esențial ca furnizorii de servicii de publicitate politică să ia măsuri specifice pentru a se asigura că datele cu caracter personal colectate și prelucrate în scopul vizării unui public-țintă și al difuzării de publicitate politică sunt limitate la ceea ce este necesar pentru îndeplinirea scopului respectiv, de exemplu prin limitarea disponibilității opțiunilor de vizare a unui public-țintă și de difuzare a materialelor publicitare politice oferite destinatarilor serviciilor la cele care necesită doar combinarea a până la cinci categorii.
- (79) Cerința ca vizarea unui public-țintă sau difuzarea de publicitate politică să nu se bazeze pe crearea de profiluri utilizând categorii speciale de date cu caracter personal cuprinde crearea de profiluri utilizând categorii speciale de date cu caracter personal evaluate din date cu caracter personal care nu sunt ele însele categorii speciale de date cu caracter personal. Ar putea fi cazul, de exemplu, dacă un operator de date utilizează date cu caracter personal care nu sunt categorii speciale de date cu caracter personal pentru a clasifica persoanele vizate ca având anumite convingeri religioase, filozofice sau politice, și indiferent dacă respectiva clasificare este adevărată sau nu. Nu ar trebui să conteze cum este etichetată categoria dacă prelucrarea datelor cu caracter personal dezvăluie o categorie specială de date cu caracter personal. În cazul în care utilizatorul unei rețele sociale online vizitează o anumită pagină sau utilizează o aplicație sau o altă funcție sau serviciu online la care se referă una sau mai multe dintre categoriile menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și, după caz, furnizează date cu caracter personal atunci când se înregistrează, lansează o comandă online sau interacționează în alt mod cu rețeaua socială, prelucrarea datelor cu caracter personal de către operatorul respectivei rețele sociale online ar trebui considerată „prelucrarea categoriilor speciale de date cu caracter personal” în înțelesul articolului respectiv, care este, în principiu, interzisă, dacă prelucrarea datelor permite dezvăluirea unor informații care se încadrează în una dintre aceste categorii, indiferent dacă informațiile respective se referă la un utilizator al rețelei sociale respective sau la orice altă persoană fizică. Acest lucru este valabil indiferent dacă persoana vizată a fost informată sau nu despre intenția de a utiliza astfel de date în scopul vizării unui public-țintă sau al difuzării de materiale publicitare politice la momentul colectării acestora.

- (80) Consimțământul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal este acordat și retras în conformitate cu Regulamentele (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725. Un astfel de consimțământ ar trebui acordat printr-o acțiune afirmativă fără echivoc sau printr-o declarație prin care persoana vizată arată în mod liber, precis, în cunoștință de cauză și lipsit de ambiguitate că își dă acordul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal în scopul publicității politice. În plus, în sensul prezentului regulament, consimțământul ar trebui să fie explicit și acordat separat în scopuri de publicitate politică. În sensul prezentului regulament, mai ales în cazul în care consimțământul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal pentru vizarea unui public-țintă sau difuzarea de materiale publicitare politice este obținut în cursul furnizării unui serviciu online, consimțământul ar trebui obținut de operatori prin prezentarea unei soluții ușor de utilizat pentru ca persoana vizată să își dea, să își modifice sau să își retragă consimțământul într-un mod explicit, clar și simplu. Operatorii nu ar trebui să proiecteze, să organizeze și să exploateze interfețe într-un mod care induce în eroare, manipulează sau denaturează ori afectează în alt fel și în mod substanțial capacitatea persoanei vizate de a-și acorda în mod liber consimțământul în acest scop specific. În sensul prezentului regulament, cerința de a obține consimțământul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal nu poate fi evitată susținând că persoana vizată a pus la dispoziția publicului larg datele cu caracter personal respective. Retragerea consimțământului de prelucrare a datelor cu caracter personal pentru vizarea sau difuzarea de publicitate politică ar trebui să fie la fel de ușoară ca și acordarea acestuia. Pentru persoana vizată, refuzul de a-și acorda consimțământul sau retragerea consimțământului nu ar trebui să fie o operațiune mai dificilă sau mai cronofagă decât acordarea consimțământului. Ar trebui respectate semnalele electronice care exprimă dorința unei persoane de a nu primi publicitate politică.

- (81) Având în vedere hotărârea Curții de Justiție din 4 iulie 2023 în cauza C-252/21¹⁰, Meta Platforms și alții (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), persoanele vizate ar trebui să aibă libertatea de a refuza, în contextul publicității politice, să își acorde consimțământul pentru anumite operațiuni de prelucrare a datelor, fără a fi obligate să renunțe integral la obținerea accesului la un serviciu online. După cum a susținut Curtea de Justiție, utilizatorilor respectivi ar trebui să li se ofere o alternativă echivalentă, care să nu fie însoțită de astfel de operațiuni de prelucrare a datelor.
- (82) Persoanele foarte tinere reprezintă un grup deosebit de vulnerabil care poate fi exploatat prin utilizarea abuzivă a tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare. Deși nu au încă drept de vot, astfel de persoane pot fi vizate în mod specific pentru a manipula dezbaterile. Prin urmare, în contextul publicității politice, ar trebui interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau tehnicile de difuzare a materialelor publicitare care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale unei persoane despre care se știe, cu un grad rezonabil de certitudine, că are o vârstă de cel puțin un an sub vârsta de vot stabilită de normele naționale.
- (83) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și tehnici de difuzare a materialelor publicitare în contextul publicității politice online care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii ar trebui să aplice cerințe suplimentare în materie de transparență pentru a se asigura un grad mai mare de transparență și de asumare a răspunderii. Astfel de cerințe ar trebui să includă, printre altele, adoptarea unei politici care descrie utilizarea unor astfel de tehnici și parametri principali, care țin evidența utilizării lor, efectuează o evaluare anuală a riscurilor utilizării tehnicilor respective pentru drepturile și libertățile fundamentale și furnizează, împreună cu menționarea faptului că un material publicitar este un material publicitar politic, informații suplimentare necesare pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată.

¹⁰ Hotărârea Curții de Justiție din 4 iulie 2023, Meta Platforms și alții (Conditions générales d'usage d'un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) Cerințele în materie de transparență și responsabilitate ar trebui să se aplice tuturor operatorilor, indiferent dacă operatorul acționează în nume propriu, împreună cu furnizorul de servicii de publicitate politică, sau face parte din aceeași entitate ca editorul de publicitate politică. În cazurile în care operatorul este diferit de editorul de publicitate politică, operatorul ar trebui să îi transmită editorului de publicitate politică politica sa internă și să se asigure că alte informații necesare pentru respectarea prezentului regulament sunt comunicate editorului de publicitate politică în timp util și în mod corect.
- (85) Furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să le transmită editorilor de publicitate politică informațiile necesare pentru ca aceștia să își poată îndeplini obligațiile prevăzute în prezentul regulament. Transmiterea unor astfel de informații ar putea fi automatizată și integrată în procesele obișnuite de lucru pe baza unor standarde.
- (86) Pentru ca persoanele să își poată exercita în continuare drepturile în materie de protecție a datelor, editorii de publicitate politică ar trebui să le furnizeze persoanelor vizate informații suplimentare și instrumente eficiente, astfel încât să sprijine exercitarea drepturilor lor în temeiul cadrului juridic al Uniunii privind protecția datelor, inclusiv exercitarea dreptului de a-și modifica datele cu caracter personal sau de a-și retrage consimțământul atunci când sunt vizate de un material publicitar politic. Aceste informații ar trebui, de asemenea, să fie ușor accesibile direct din notificarea privind transparența. Instrumentele puse la dispoziția persoanelor pentru a le sprijini în exercitarea drepturilor lor ar trebui să reușească să împiedice vizarea anumitor persoane în ceea ce privește materialele publicitare politice, precum și să împiedice vizarea unui public-țintă pe baza unor criterii specifice și de către unul sau mai mulți operatori specifici.

- (87) Informațiile care trebuie furnizate în conformitate cu toate cerințele aplicabile utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare în temeiul prezentului regulament ar trebui să fie prezentate într-un format ușor accesibil, să fie perceptibile în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin utilizarea unui limbaj simplu și accesibil persoanelor cu dizabilități.
- (88) Este oportun să se stabilească norme pentru transmiterea – către alte entități interesate – de informații privind vizarea unui public-țintă și difuzarea de materiale publicitare. Regimul aplicabil ar trebui să fie corelat cu regimul de transmitere a informațiilor legate de cerințele în materie de transparență.
- (89) Furnizorii de servicii de publicitate politică stabiliți într-o țară terță care oferă servicii în Uniune ar trebui să își desemneze un reprezentant legal mandatat în Uniune care să fie înregistrat la autoritatea competentă desemnată de fiecare stat membru, pentru a permite o supraveghere eficientă a respectării prezentului regulament în raport cu furnizorii respectivi. Reprezentantul legal ar putea fi reprezentantul desemnat în temeiul articolului 27 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau reprezentantul legal desemnat în temeiul articolului 13 din Regulamentul (UE) 2022/2065. Statele membre ar trebui să țină la dispoziția publicului un registru al tuturor reprezentanților legali înregistrați pe teritoriul lor în temeiul prezentului regulament, iar Comisia ar trebui să înființeze și să întrețină un portal accesibil publicului, conectat la site-urile web furnizate de statele membre. Având în vedere importanța acestei cerințe pentru asigurarea efectivă a respectării prezentului regulament în ceea ce privește furnizorii de servicii de publicitate politică stabiliți într-o țară terță, precum și pentru menținerea unor condiții de concurență echitabile pentru toți furnizorii de servicii de publicitate politică de pe piața internă, în absența unui reprezentant legal desemnat, statele membre ar trebui să ia toate măsurile adecvate pentru a asigura conformitatea cu prezentul regulament, inclusiv prin întreruperea publicării sau a difuzării materialelor publicitare politice relevante atunci când conformitatea nu poate fi asigurată în alt mod.

- (90) În interesul unei supravegheri eficace a prezentului regulament, este necesar să se încredințeze autorităților de supraveghere competența de a monitoriza și de a asigura punerea în aplicare a normelor relevante, precum și să se asigure că acestea dispun de mijloacele necesare pentru a îndeplini sarcinile care le revin în temeiul prezentului regulament. În funcție de sistemul juridic al fiecărui stat membru și în conformitate cu dreptul existent al Uniunii, inclusiv cu Regulamentul (UE) 2016/679 și cu Regulamentul (UE) 2022/2065, pot fi desemnate diferite autorități judiciare sau administrative naționale în acest scop.
- (91) În ceea ce privește supravegherea serviciilor intermediare online în temeiul prezentului regulament, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente și să se asigure că această supraveghere este corelată cu cea efectuată de autoritățile competente desemnate în temeiul articolului 49 din Regulamentul (UE) 2022/2065. În fiecare stat membru, în orice caz, coordonatorii serviciilor digitale desemnați în temeiul prezentului regulament ar trebui să fie responsabili de asigurarea coordonării la nivel național cu privire la aceste aspecte și să se implice, atunci când este necesar, în cooperarea transfrontalieră cu alți coordonatori ai serviciilor digitale, în conformitate cu mecanismele prevăzute în regulamentul menționat. În aplicarea prezentului regulament, respectivul mecanism ar trebui să se limiteze la cooperarea națională dintre coordonatorii serviciilor digitale și să nu se extindă la nivelul Uniunii, astfel cum se prevede în Regulamentul (UE) 2022/2065. În măsura în care dispune de competența exclusivă de a superviza și a asigura respectarea de către platformele online foarte mari și motoarele de căutare online foarte mari în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065 a obligațiilor prevăzute în regulamentul respectiv, Comisia ar trebui să evalueze conformitatea respectivilor actori cu obligațiile care le revin în raport cu registrul european de materiale publicitare politice online.

- (92) Pentru supravegherea aspectelor din prezentul regulament care nu intră în competența autorităților de supraveghere în temeiul Regulamentelor (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente pentru a supraveghea și asigura aplicarea normelor relevante. Pentru a sprijini respectarea drepturilor și libertăților fundamentale, a statului de drept, a principiilor democratice și a încrederii publicului în supravegherea publicității politice, este necesar ca aceste autorități să fie imparțiale, independente din punct de vedere structural față de intervenții externe sau față de presiuni politice și abilitate în mod corespunzător să monitorizeze efectiv și să ia măsurile necesare pentru a asigura respectarea prezentului regulament, în special a cerințelor de etichetare și transparență. Deși statele membre pot desemna, în special, autoritățile sau organismele naționale de reglementare prevăzute la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului¹¹, acestea ar putea desemna și alte autorități, cum ar fi autoritățile electorale sau judiciare.
- (93) Pentru a sprijini autoritățile de supraveghere în îndeplinirea sarcinilor care le revin, Comisia ar trebui să solicite Comitetului european pentru protecția datelor să emită orientări adresate autorităților de supraveghere menționate la articolul 51 din Regulamentul (UE) 2016/679 despre prelucrarea categoriilor speciale de date cu caracter personal pentru a viza un public-țintă sau a difuza materiale publicitare politice, inclusiv despre condițiile de obținere a consimțământului în scopul vizării unui public-țintă sau al difuzării de materiale publicitare politice și cooperarea dintre aceste autorități și alte autorități responsabile cu aplicarea și asigurarea respectării cerințelor prevăzute în prezentul regulament.

¹¹ Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) (JO L 95, 15.4.2010, p. 1).

- (94) Autoritățile de supraveghere independente în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 ar trebui să fie sprijinite pentru a face uz pe deplin de competențele care le revin în temeiul regulamentului respectiv pentru a supraveghea protecția datelor cu caracter personal furnizate în temeiul prezentului regulament, inclusiv în cadrul procedurii de cooperare, al mecanismului pentru asigurarea coerenței și, în special, al procedurii de urgență. Perioada anterioară alegerilor sau referendumurilor este deosebit de importantă în campaniile politice, în a influența cetățenii să-și formeze opinii politice și să-și exercite dreptul de vot. Este deosebit de sensibilă și din perspectiva încălcărilor normelor aplicabile, deoarece, pentru a fi eficace, în mod obișnuit măsurile de remediere vor trebui aplicate înainte de evenimentul electoral. Din acest motiv, încălcările normelor aplicabile prelucrării datelor cu caracter personal pentru vizarea unui public-țintă în publicitatea politică în respectiva perioadă pot avea efecte negative deosebit de importante asupra drepturilor cetățenilor, inclusiv asupra libertății acestora de a-și forma opinii fără ingerințe nejustificate și asupra libertății de informare. Pentru a asigura acțiuni prompte de protejare a drepturilor și libertăților persoanelor fizice în perioada critică de dinaintea votului din perioada unor alegeri, autoritățile de protecție a datelor ar trebui să se asigure că sunt în măsură să acționeze prompt pentru a asigura respectarea drepturilor persoanelor vizate în cauză. În acest scop, autoritățile de protecție a datelor ar trebui să utilizeze gama de instrumente prevăzute în Regulamentul (UE) 2016/679 pentru a coopera și a se sprijini reciproc, inclusiv, după caz, procedura de urgență prevăzută la articolul 66 din regulamentul menționat.
- (95) Deși autoritățile competente responsabile cu aplicarea prezentului regulament nu trebuie să se abată de la deciziile luate de autoritățile de supraveghere responsabile cu aplicarea Regulamentului (UE) 2016/679, menționate la articolul 51 din regulamentul respectiv, este posibil ca autoritățile competente respective să fie nevoite să evalueze dacă publicitatea politică respectă regulamentul respectiv în sensul prezentului regulament. În temeiul articolului 4 alineatul (3) din TUE, respectivele autorități competente și autorități de supraveghere trebuie să coopereze în mod loial și să își respecte atribuțiile și competențele pentru a asigura corelarea aplicării ambelor regulamente.

- (96) În cazul în care există deja norme în dreptul Uniunii privind furnizarea de informații autorităților competente și cooperarea cu aceste autorități și între acestea, cum ar fi articolul 9 din Regulamentul (UE) 2022/2065 sau cele prevăzute în Regulamentul (UE) 2016/679, normele respective ar trebui să se aplice prin analogie dispozițiilor relevante din prezentul regulament.
- (97) Pentru a sprijini aplicarea, supravegherea și asigurarea respectării eficace a dispozițiilor prezentului regulament și fără a aduce atingere Regulamentelor (UE) 2016/679, (UE) 2018/1725 și (UE) 2022/2065, este necesar să se stabilească ce autoritate competentă ar trebui să fie responsabilă în cazul în care serviciile de publicitate politică sunt furnizate în mai mult de un stat membru sau în cazul în care furnizorul de servicii de publicitate politică își desfășoară activitățile principale în afara statului membru în care se află sediul său principal sau sediul reprezentantului său legal desemnat. În cazul în care un furnizor de servicii furnizează servicii de publicitate politică în mai multe state membre, autoritatea sau autoritățile competente din statul membru în care se află sediul principal al furnizorului de servicii de publicitate politică ar trebui, în mod normal, să fie responsabile de aplicarea, supravegherea și asigurarea respectării eficace a dispozițiilor prezentului regulament. Pentru a stabili locul în care un furnizor de servicii de publicitate politică își are sediul principal, autoritățile competente ar trebui să aibă în vedere locul în care furnizorul respectiv își are sediul central sau sediul social în cadrul căruia sunt exercitate principalele funcții financiare și controlul operațional.
- (98) În exercitarea competențelor lor de supraveghere și de asigurare a respectării legii, autoritățile competente din toate statele membre ar trebui să coopereze și să își acorde reciproc asistență, după caz. Dacă o presupusă încălcare a prezentului regulament implică numai autoritatea sau autoritățile competente din statele membre în care furnizorul de servicii de publicitate politică nu își are sediul principal, autoritatea sau autoritățile competente relevante ar trebui să notifice autoritatea competentă din statul sediului principal, care ar trebui să evalueze în mod corespunzător chestiunea și, după caz, să ia măsurile necesare de investigare și asigurare a respectării legii.

- (99) Pentru a facilita într-o mai mare măsură aplicarea și asigurarea respectării efective a prezentului regulament în cazul furnizării de servicii transfrontaliere, atunci când investigarea unei presupuse încălcări a prezentului regulament se referă la furnizarea de servicii de publicitate politică în unul sau mai multe state membre în care furnizorul nu își are sediul principal, autoritatea competentă din statul sediului principal ar trebui să poată lansa și conduce o investigație comună cu participarea autorității sau autorităților competente în cauză.
- (100) Autoritățile competente cu supravegherea punerii în aplicare a prezentului regulament ar trebui să coopereze între ele atât la nivelul Uniunii, cât și la nivel național, utilizând în mod optim structurile existente, inclusiv rețelele naționale de cooperare, Rețeaua europeană de cooperare în materie de alegeri, astfel cum se menționează în Recomandarea Comisiei din 12 septembrie 2018 privind rețelele de cooperare în materie electorală, transparența online, protecția împotriva incidentelor de securitate cibernetică și combaterea campaniilor de dezinformare în contextul alegerilor pentru Parlamentul European, Comitetul european pentru servicii digitale instituit în temeiul Regulamentului (UE) 2022/2065 și Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale instituit în temeiul Directivei 2010/13/UE, după caz. O astfel de cooperare ar trebui să faciliteze schimbul rapid și sigur de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea sarcinilor de supraveghere și de asigurare a aplicării normelor pe care le au în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin identificarea în comun a încălcărilor, prin schimbul de constatări și de know-how și prin menținerea legăturii cu privire la aplicarea și asigurarea respectării normelor relevante.

- (101) În scopul asigurării unei cooperări eficiente și structurate între toate autoritățile competente cu privire la toate aspectele prezentului regulament, punctele naționale de contact desemnate de statele membre ar trebui să se reunească periodic la nivelul Uniunii în cadrul rețelei punctelor naționale de contact. Pentru a consolida cooperarea și schimbul de informații și practici la nivelul Uniunii, rețeaua respectivă ar trebui să lucreze în strânsă cooperare cu Rețeaua europeană de cooperare privind alegerile, cu Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale și cu alte rețele sau organisme relevante.
- (102) Pentru a facilita îndeplinirea efectivă a obligațiilor prevăzute în prezentul regulament, este necesar să se confere autorităților naționale competența de a solicita furnizorilor de servicii de publicitate politică informații relevante privind transparența publicității politice. Informațiile care ar urma să fie transmise autorităților competente ar putea viza o campanie publicitară, ar putea fi agregate pe ani sau s-ar putea referi la materiale publicitare specifice. Pentru a se asigura faptul că solicitările de astfel de informații pot fi îndeplinite în mod eficient și eficient și, în același timp, că furnizorii de servicii de publicitate politică nu sunt supuși niciunei sarcini disproporționate, este necesar să se stabilească anumite condiții pentru astfel de solicitări. În special pentru a supraveghea în timp util un proces electoral, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să răspundă rapid solicitărilor din partea autorităților competente și într-un termen stabilit. În cursul ultimei luni dinaintea alegerilor sau a referendumului, ar trebui să se considere că încălcarea acestor obligații afectează în mod negativ și grav drepturile persoanelor și, prin urmare, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să furnizeze informațiile solicitate într-un termen mai scurt. Furnizorii de servicii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile pentru a intra în categoria microîntreprinderilor și a întreprinderilor mici în temeiul articolului 3 alineatele (1) și (2) din Directiva 2013/34/UE ar trebui să comunice informațiile solicitate fără întârzieri nejustificate și, dacă este posibil, înainte de data alegerilor sau a referendumului. În interesul securității juridice și în conformitate cu dreptul la apărare, solicitările de furnizare de informații din partea unei autorități competente ar trebui să conțină o justificare adecvată și informații privind căile de atac disponibile.

O astfel de justificare ar putea să nu fie necesară în cazul în care divulgarea motivelor pentru solicitarea de informații ar pune în mod clar în pericol prevenirea, depistarea, investigarea și urmărirea penală a infracțiunilor sau a contravențiilor grave. Gravitatea unei contravenții care justifică o astfel de excepție ar trebui să fie determinată nu numai ținându-se cont de cuantumul amenzii sau al sancțiunii care poate fi aplicată în temeiul prezentului regulament, ci și de impactul negativ pe care l-ar putea avea asupra unor alegeri sau referendumuri, asupra unui proces legislativ sau de reglementare. Furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să desemneze un punct de contact pentru interacțiunea cu autoritățile competente. Astfel de puncte de contact ar putea fi electronice. Din jurisprudența constantă a Curții de Justiție a Uniunii Europene rezultă că protecția persoanelor, atât fizice, cât și juridice, împotriva intervențiilor arbitrare sau disproporționate ale autorităților publice în sfera activităților private ale acestor persoane constituie un principiu general al dreptului Uniunii. Orice persoană poate invoca această protecție în calitate de drept garantat de dreptul Uniunii, în sensul articolului 47 primul paragraf din Cartă, pentru a contesta în fața unei instanțe un act care o prejudiciază, precum o somație de a oferi informații sau o sancțiune aplicată pentru nerespectarea somației respective.

- (103) Statele membre ar trebui să desemneze o autoritate competentă drept punct național de contact la nivelul Uniunii în scopul prezentului regulament. Dacă este posibil, punctul de contact ar trebui să fie membru al Rețelei europene de cooperare în materie de alegeri. Punctul național de contact ar trebui să faciliteze cooperarea dintre statele membre la nivel de autorități competente în ceea ce privește sarcinile lor de supraveghere și de asigurare a respectării legislației, în special prin activități de intermediere cu punctele naționale de contact din alte state membre și cu alte autorități competente din propriul stat membru.

- (104) Autoritățile statelor membre ar trebui să se asigure că încălcările de către sponsori sau furnizorii de servicii de publicitate politică ale obligațiilor prevăzute în prezentul regulament sunt sancționate prin amenzi administrative sau sancțiuni financiare ori, după caz, prin alte măsuri precum penalități cu titlu cominatoriu. În acest sens, autoritățile ar trebui să țină seama de natura, gravitatea, recurența și durata încălcării, având în vedere interesul public în cauză, raza de acțiune și tipul activităților desfășurate, precum și, după caz, dimensiunea și capacitatea economică a autorului încălcării. În plus, autoritățile din statul membru ar trebui să ia în considerare dacă sponsorul sau furnizorul de servicii de publicitate politică în cauză nu își respectă în mod sistematic sau repetat respectivele obligații, inclusiv prin amânarea furnizării de informații către entitățile interesate, precum și, după caz, dacă furnizorul de servicii de publicitate politică își desfășoară activitatea în mai multe state membre. Sancțiunile ar trebui să fie, în fiecare caz în parte, efective, proporționale și cu efect de descurajare, ținând seama în mod corespunzător de asigurarea unor garanții procedurale suficiente și practice și, în special, de necesitatea ca dezbaterea politică să rămână deschisă și accesibilă. Anumite obligații au un rol esențial în urmărirea eficace a obiectivelor prezentului regulament, iar încălcările respectivelor obligații ar trebui considerate deosebit de grave.

- (105) Persoanele sau entitățile ar trebui să aibă posibilitatea de a depune plângeri la autoritățile competente pentru a le notifica circumstanțele care ar putea constitui o încălcare a prezentului regulament. Ar trebui reamintit faptul că și alte proceduri administrative prevăzute de dreptul Uniunii ar putea fi aplicabile în acest context. De exemplu, persoanele vizate au dreptul de a depune plângeri la autoritățile de supraveghere desemnate în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 pentru încălcări referitoare la prelucrarea datelor lor cu caracter personal. În plus, este posibil ca persoanele sau entitățile să depună, de asemenea, plângeri la coordonatorii serviciilor digitale desemnați în temeiul Regulamentului (UE) 2022/2065 împotriva furnizorilor de servicii intermediare cu privire la presupuse încălcări ale regulamentului respectiv. Fără a aduce atingere respectivelor proceduri sau oricărei alte proceduri administrative sau căi de atac judiciare disponibile, autoritățile competente ar trebui să soluționeze astfel de plângeri, inclusiv prin informarea reclamantului despre măsurile luate în urma acestora. Când o autoritate competentă este informată despre o plângere de competența unei autorități competente dintr-un alt stat membru, ar trebui să o transmită autorității competente respective fără întârzieri nejustificate.
- (106) Autoritățile competente își exercită atribuțiile în temeiul prezentului regulament cu condiția respectării unor garanții procedurale adecvate în conformitate cu dreptul Uniunii și cu dreptul intern al statelor membre, incluzând acțiuni judiciare eficace și dreptul la un proces echitabil.
- (107) Pentru a sprijini respectarea prezentului regulament, furnizorii de servicii și alte entități interesate ar trebui să primească informații în timp util și ușor accesibile cu privire la datele alegerilor și referendumurilor. Statele membre ar trebui așadar să publice datele alegerilor și referendumurilor lor și, după caz, datele perioadelor lor electorale. Aceste informații ar trebui să fie ușor accesibile și puse la dispoziție în timp util. De asemenea, ar trebui să furnizeze aceste informații publicului prin intermediul unui portal pus la dispoziție de Comisie, imediat după anunțarea respectivelor date.

- (108) Pentru a sprijini punerea în aplicare efectivă a prezentului regulament de către autoritățile naționale competente, Comisia este încurajată să elaboreze, după caz, orientări privind identificarea publicității politice și aplicarea sancțiunilor.
- (109) În vederea îndeplinirii obiectivelor prevăzute în prezentul regulament, competența de a adopta acte în conformitate cu articolul 290 din TFUE ar trebui să fie delegată Comisiei în ceea ce privește informațiile care trebuie incluse în notificarea privind transparența și în ceea ce privește informațiile despre utilizarea tehnicilor de vizare a publicului-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare. Este deosebit de important ca, în cursul lucrărilor sale pregătitoare, Comisia să organizeze consultări adecvate, inclusiv la nivel de experți, și ca respectivele consultări să se desfășoare în conformitate cu principiile stabilite în Acordul interinstituțional din 13 aprilie 2016¹² privind o mai bună legiferare. În special, pentru a asigura participarea egală la pregătirea actelor delegate, Parlamentul European și Consiliul primesc toate documentele în același timp cu experții din statele membre, iar experții acestor instituții au acces sistematic la reuniunile grupurilor de experți ale Comisiei însărcinate cu pregătirea actelor delegate.
- (110) În vederea asigurării unor condiții uniforme pentru punerea în aplicare a prezentului regulament, ar trebui conferite competențe de executare Comisiei, astfel cum este specificat în prezentul regulament. Respectivele competențe ar trebui să fie exercitate în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. 182/2011 al Parlamentului European și al Consiliului¹³.

¹² JO L 123, 12.5.2016, p. 1.

¹³ Regulamentul (UE) nr. 182/2011 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 februarie 2011 de stabilire a normelor și principiilor generale privind mecanismele de control de către statele membre al exercitării competențelor de executare de către Comisie (JO L 55, 28.2.2011, p. 13).

- (111) În termen de doi ani după fiecare scrutin pentru Parlamentul European, Comisia ar trebui să prezinte un raport privind evaluarea și revizuirea prezentului regulament. La pregătirea raportului respectiv, Comisia ar trebui, de asemenea, să ia în considerare punerea în aplicare a prezentului regulament în contextul altor alegeri și referendumuri care au loc în Uniune.
- (112) Întrucât obiectivele prezentului regulament, și anume contribuirea la buna funcționare a pieței interne a publicității politice și a serviciilor conexe și stabilirea de norme privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare în contextul publicării și difuzării publicității politice, nu pot fi realizate în mod satisfăcător de către statele membre, dar pot fi realizate mai bine la nivelul Uniunii, aceasta poate adopta măsuri, în conformitate cu principiul subsidiarității, astfel cum este prevăzut la articolul 5 din TUE. În conformitate cu principiul proporționalității, astfel cum este prevăzut la articolul respectiv, prezentul regulament nu depășește ceea ce este necesar pentru realizarea obiectivelor respective.

- (113) Prezentul regulament nu aduce atingere normelor prevăzute în Directivele 2000/31/CE¹⁴, 2002/58/CE¹⁵, 2005/29/CE¹⁶, 2006/114/CE¹⁷, 2006/123/CE¹⁸, 2010/13/UE și 2011/83/UE¹⁹ și Regulamentul (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului²⁰, precum și în Regulamentul (UE) 2022/2065, inclusiv normelor privind răspunderea furnizorilor intermediari de servicii prevăzute la articolele 4, 5, 6 și 8 din regulamentul menționat. Prezentul regulament ar trebui să completeze acquis-ul Uniunii în materie de protecție a datelor, în special Regulamentele (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725 și Directiva 2002/58/CE.

¹⁴ Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă („Directiva privind comerțul electronic”) (JO L 178, 17.7.2000, p. 1).

¹⁵ Directiva 2002/58/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 iulie 2002 privind prelucrarea datelor personale și protejarea confidențialității în sectorul comunicațiilor publice (Directiva asupra confidențialității și comunicațiilor electronice) (JO L 201, 31.7.2002, p. 37).

¹⁶ Directiva 2005/29/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 11 mai 2005 privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori și de modificare a Directivei 84/450/CEE a Consiliului, a Directivelor 97/7/CE, 98/27/CE și 2002/65/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului și a Regulamentului (CE) nr. 2006/2004 al Parlamentului European și al Consiliului („Directiva privind practicile comerciale neloiale”) (JO L 149, 11.6.2005, p. 22).

¹⁷ Directiva 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă (JO L 376, 27.12.2006, p. 21).

¹⁸ Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne (JO L 376, 27.12.2006, p. 36).

¹⁹ Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului (JO L 304, 22.11.2011, p. 64).

²⁰ Regulamentul (UE) 2019/1150 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 iunie 2019 privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online (JO L 186, 11.7.2019, p. 57).

- (114) Autoritatea Europeană pentru Protecția Datelor a fost consultată în conformitate cu articolul 42 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725 și a emis un aviz la 20 ianuarie 2022²¹,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

²¹ JO C 145, 1.4.2022, p. 12.

Capitolul I

Dispoziții generale

Articolul 1

Obiect și obiective

- (1) Prezentul regulament stabilește:
 - (a) norme armonizate, inclusiv obligații în materie de transparență și de diligență aferentă, pentru furnizarea de publicitate politică și de servicii conexe și, după caz, pentru sponsori, privind colectarea, păstrarea, divulgarea și publicarea informațiilor legate de furnizarea unor astfel de servicii pe piața internă;
 - (b) norme armonizate privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare care implică prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul furnizării de publicitate politică online;
 - (c) norme privind supravegherea și asigurarea respectării prezentului regulament, inclusiv în ceea ce privește cooperarea și coordonarea între autoritățile competente.
- (2) Opiniile politice și alte conținuturi editoriale, indiferent de suportul pe care sunt exprimate, care sunt supuse responsabilității editoriale, nu sunt considerate a fi publicitate politică decât dacă este prevăzută o plată anume sau un alt tip de remunerație efectuată de către terți pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, difuzarea sau distribuirea lor sau în legătură cu aceste acțiuni.

- (3) Opiniile politice exprimate cu titlu personal nu sunt considerate a fi publicitate politică.
- (4) Obiectivele prezentului regulament sunt:
 - (a) să contribuie la buna funcționare a pieței interne a publicității politice și a serviciilor conexe;
 - (b) să protejeze drepturile și libertățile fundamentale consacrate în Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene, în special dreptul la viață privată și la protecția datelor cu caracter personal.

Articolul 2

Domeniu de aplicare

- (1) Prezentul regulament se aplică publicității politice atunci când publicitatea politică este difuzată în Uniune, este introdusă în domeniul public în unul sau mai multe state membre sau se adresează cetățenilor Uniunii, indiferent de locul unde își are sediul furnizorul de servicii de publicitate politică sau unde își are rezidența sau sediul sponsorul, și indiferent de mijloacele utilizate.
- (2) Prezentul regulament nu afectează conținutul materialelor publicitare politice sau normele Uniunii sau naționale care reglementează aspecte legate de publicitatea politică, altele decât cele reglementate de prezentul regulament, inclusiv normele privind organizarea, finanțarea și desfășurarea campaniilor politice, normele privind interdicțiile sau limitările generale ale publicității politice în anumite perioade specificate și, după caz, normele privind perioadele electorale.

- (3) Prezentul regulament nu aduce atingere normelor stabilite în următoarele acte legislative:
- (a) Directiva 2000/31/CE;
 - (b) Directiva 2002/58/CE;
 - (c) Directiva 2005/29/CE;
 - (d) Directiva 2006/114/CE;
 - (e) Directiva 2006/123/CE;
 - (f) Directiva 2010/13/UE;
 - (g) Directiva 2011/83/UE;
 - (h) Regulamentul (UE) 2019/1150;
 - (i) Regulamentul (UE) 2022/2065.

Articolul 3

Definiții

În sensul prezentului regulament, se aplică următoarele definiții:

1. „serviciu” înseamnă orice activitate economică independentă, prestată în mod obișnuit în schimbul unei remunerații, astfel cum se menționează la articolul 57 din TFUE;
2. „publicitate politică” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin orice mijloace, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică:
 - (a) de către un actor politic, pentru acesta sau în numele lui, cu excepția cazului în care mesajul este de natură pur privată sau pur comercială; sau
 - (b) care este de natură și este conceput să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, un comportament de vot sau un proces legislativ sau de reglementare, la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local;și care nu include:
 - (i) mesajele care provin din surse oficiale ale statelor membre sau ale Uniunii strict limitate la organizarea alegerilor sau a referendumurilor și modalitățile de participare la acestea, inclusiv anunțarea candidaturilor sau întrebarea adresată în cadrul referendumului, sau pentru promovarea participării la alegeri sau referendumuri;

- (ii) comunicarea publică al cărei scop constă în furnizarea de informații oficiale publicului de către, pentru sau în numele oricărei autorități publice a unui stat membru sau de către, pentru sau în numele Uniunii, inclusiv de către, pentru sau în numele membrilor guvernului unui stat membru, cu condiția să nu fie de natură și să nu fie concepută să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau un proces legislativ ori de reglementare; și
 - (iii) prezentarea candidaților în spații publice specificate sau în mass-media care sunt prevăzute în mod explicit de lege și alocate cu titlu gratuit, asigurând egalitatea de tratament a candidaților;
3. „material publicitar politic” înseamnă un caz de publicitate politică publicată, distribuită sau difuzată prin orice mijloace;
4. „actor politic” înseamnă oricare dintre următoarele:
- (a) un partid politic în sensul definiției de la articolul 2 punctul 1 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014 sau o entitate legată direct sau indirect de sfera de activitate a unui astfel de partid politic;
 - (b) o alianță politică în sensul definiției de la articolul 2 punctul 2 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
 - (c) un partid politic european în sensul definiției de la articolul 2 punctul 3 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;

- (d) un candidat la orice mandat electiv sau deținătorul unui mandat electiv, de la nivelul Uniunii sau de la nivel național, regional și local sau la oricare dintre funcțiile de conducere din cadrul unui partid politic;
 - (e) un membru din cadrul instituțiilor Uniunii, cu excepția Curții de Justiție a Uniunii Europene, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi, sau din cadrul administrației unui stat membru de la nivel național, regional sau local;
 - (f) o organizație de campanie politică cu sau fără personalitate juridică, înființată exclusiv în scopul de a influența rezultatul unui scrutin sau al unui referendum;
 - (g) orice persoană fizică sau juridică care reprezintă sau acționează în numele oricăreia dintre persoanele sau organizațiile menționate la literele (a)-(f) și care promovează obiectivele politice ale oricăreia dintre aceste persoane sau organizații;
5. „serviciu de publicitate politică” înseamnă un serviciu care constă în publicitate politică, cu excepția „serviciilor intermediare” online în sensul definiției de la articolul 3 litera (g) din Regulamentul (UE) 2022/2065, care sunt furnizate fără o contraprestație pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea mesajului specific;
6. „furnizor de servicii de publicitate politică” înseamnă o persoană fizică sau juridică implicată în furnizarea de servicii de publicitate politică, cu excepția serviciilor pur auxiliare;
7. „campanie de publicitate politică” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea unei serii de materiale publicitare politice conexe în executarea unui contract de publicitate politică, pe baza unei pregătiri, sponsorizări sau finanțări comune;

8. „platformă online foarte mare” înseamnă o platformă online desemnată drept platformă online foarte mare în temeiul articolului 33 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2022/2065;
9. „motor de căutare online foarte mare” înseamnă un motor de căutare online desemnat drept motor de căutare online foarte mare în temeiul articolului 33 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2022/2065;
10. „sponsor” înseamnă persoana fizică sau juridică la cererea căreia sau în numele căreia este pregătit, plasat, promovat, publicat, distribuit sau difuzat un material publicitar politic;
11. „tehnici de vizare a unui public-țintă ” înseamnă tehnici care sunt utilizate pentru a adresa un material publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane sau pentru a le exclude, pe baza prelucrării datelor cu caracter personal;
12. „tehnici de distribuire a materialelor publicitare” înseamnă tehnici care sunt utilizate pentru a crește circulația, acoperirea sau vizibilitatea unui material publicitar politic pe baza prelucrării automate a datelor cu caracter personal și care pot servi la distribuirea materialului publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane;
13. „editor de publicitate politică” înseamnă un furnizor de servicii de publicitate politică care publică, distribuie sau difuzează publicitate politică prin orice mijloc de comunicare;
14. „operator” înseamnă un operator în sensul definiției de la articolul 4 punctul 7 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau, după caz, în sensul definiției de la articolul 3 punctul 8 din Regulamentul (UE) 2018/1725.

Articolul 4
Principiul pieței interne

- (1) Statele membre nu mențin și nu introduc, din motive legate de transparența publicității politice, dispoziții sau măsuri diferite de cele prevăzute în prezentul regulament.
- (2) Furnizarea serviciilor de publicitate politică nu poate fi interzisă sau restricționată, inclusiv geografic, din motive legate de transparență atunci când sunt respectate cerințele prezentului regulament.

Articolul 5
Furnizarea de servicii de publicitate politică în Uniune

- (1) Furnizorii de servicii de publicitate politică nu pot supune prestarea serviciilor lor unor restricții discriminatorii bazate exclusiv pe locul de reședință sau sediul sponsorului.

Furnizorii de servicii de publicitate politică nu pot restricționa furnizarea serviciilor lor unui „partid politic european” în sensul definiției de la articolul 2 punctul 3 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014 sau unui grup politic din Parlamentul European exclusiv pe baza sediului acestuia.

- (2) Fără a aduce atingere normelor naționale mai stricte, în ultimele trei luni anterioare unor alegeri sau unui referendum organizat la nivelul Uniunii sau la nivel național, regional sau local într-un stat membru, serviciile de publicitate politică referitoare la alegerile sau referendumul în cauză se furnizează numai unui sponsor sau unui furnizor de servicii care acționează în numele unui sponsor, care se declară a fi:
- (a) cetățean al Uniunii; sau
 - (b) resortisant al unei țări terțe care are reședința permanentă în Uniune și are drept de vot la alegerile sau referendumul în cauză în conformitate cu dreptul intern al statului membru de reședință; sau
 - (c) o persoană juridică stabilită în Uniune care nu este deținută sau controlată în ultimă instanță de un resortisant al unei țări terțe, excepție făcând resortisanții țărilor terțe menționați la litera (b), sau de o persoană juridică stabilită într-o țară terță.

Capitolul II

Obligații de transparență și de diligență pentru serviciile de publicitate politică

Articolul 6

Obligații de transparență și de diligență pentru serviciile de publicitate politică

- (1) Serviciile de publicitate politică se furnizează în mod transparent, în conformitate cu obligațiile prevăzute la prezentul articol, articolele 7-17 și articolul 21.
- (2) Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică permit respectarea dispozițiilor relevante ale prezentului regulament, inclusiv a celor legate de atribuirea responsabilității și a celor legate de exhaustivitatea și exactitatea informațiilor.

Articolul 7

Identificarea serviciilor de publicitate politică

- (1) Furnizorul de servicii de publicitate le solicită sponsorilor și furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor să declare dacă serviciul de publicitate a cărui furnizare o solicită furnizorului de servicii de publicitate constituie un serviciu de publicitate politică în înțelesul articolului 3 punctul 5 și dacă îndeplinesc oricare dintre cerințele de la articolul 5 alineatul (2). Sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor trebuie să facă astfel de declarații cu sinceritate și sunt responsabili pentru acuratețea lor.

- (2) Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică prevăd obligația sponsorului sau a furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor de a furniza declarația în conformitate cu alineatul (1) de la prezentul articol și informațiile relevante necesare pentru a se respecta articolul 9 alineatul (1), articolul 11 alineatul (1) și articolul 12 alineatul (1). Informațiile respective se transmit în mod complet și exact, fără întârzieri nejustificate.
- (3) Sponsorii furnizează informațiile necesare, asigurând exactitatea acestora, pentru ca furnizorii de servicii de publicitate politică să respecte articolul 9 alineatul (1) literele (a), (d), (e) și (f), articolul 11 alineatul (1) literele (a)-(d) și articolul 12 alineatul (1) literele (a), (b), (c), (e), (h) și (k), înainte sau în timpul perioadei de publicare, distribuire sau difuzare a materialului publicitar politic.

Atunci când un sponsor sau un furnizor de servicii de publicitate care acționează în numele unui sponsor ia cunoștință de faptul că informațiile pe care le-a transmis s-au schimbat, acesta se asigură că informațiile actualizate sunt transmise furnizorului relevant de servicii de publicitate politică în timp util și în mod complet și exact.

Atunci când un sponsor sau un furnizor de servicii de publicitate care acționează în numele unui sponsor ia cunoștință de faptul că oricare dintre informațiile transmise editorului de publicitate politică sau publicate de acesta sunt incomplete sau inexacte, acesta trebuie să contacteze, fără întârzieri nejustificate, editorul de publicitate politică în cauză și să îi transmită informațiile completate sau corectate.

- (4) Furnizorii de servicii de publicitate politică le solicită sponsorilor sau furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor, care prezintă, în conformitate cu prezentul articol, o declarație sau informații vădit eronate să își corecteze declarația respectivă sau informațiile respective. Sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor efectuează aceste corecturi, care trebuie să fie complete și exacte, fără întârzieri nejustificate.
- (5) Furnizorii de servicii de publicitate politică ce utilizează o interfață online se asigură că interfața online este proiectată și organizată în așa fel încât să le faciliteze sponsorilor și furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor respectarea obligațiilor menționate la alineatul (1) de la prezentul articol și la articolul 9 alineatul (1).

Articolul 8
Identificarea unui material publicitar politic

- (1) Pentru a stabili dacă un mesaj constituie publicitate politică în înțelesul articolului 3 punctul 2 litera (b), se țin seama de toate caracteristicile sale, inclusiv:
- (a) conținutul mesajului;
 - (b) sponsorul mesajului;
 - (c) limbajul utilizat pentru transmiterea mesajului;
 - (d) contextul în care este transmis mesajul, inclusiv perioada de difuzare;
 - (e) mijloacele prin care mesajul este pregătit, plasat, promovat, publicat, distribuit sau difuzat;
 - (f) publicul-țintă;
 - (g) obiectivul mesajului.
- (2) Comisia elaborează orientări comune pentru a contribui la aplicarea corespunzătoare a prezentului articol.

Articolul 9
Păstrarea evidențelor

- (1) Furnizorii de servicii de publicitate politică păstrează, în măsura necesară pentru respectarea prezentului regulament, informațiile pe care le colectează în cadrul furnizării serviciilor lor, cu privire la:
- (a) materialul publicitar politic aferent serviciului sau serviciilor sau campania de publicitate politică aferentă acestora;
 - (b) serviciul sau serviciile specifice pe care le-au furnizat în legătură cu publicitatea politică;
 - (c) sumele facturate pentru serviciul sau serviciile furnizate și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciul sau serviciile furnizate;
 - (d) informațiile privind originea publică sau privată a sumelor și a altor beneficii menționate la litera (c), precum și dacă acestea provin din interiorul sau din afara Uniunii;
 - (e) identitatea și datele de contact ale sponsorului materialului publicitar politic și, dacă este cazul, ale entității care controlează în ultimă instanță sponsorul și, pentru persoanele juridice, sediul acestora; și
 - (f) dacă este cazul, indicarea alegerilor, referendumului sau procesului legislativ sau de reglementare de care este legat materialul publicitar politic.

- (2) Furnizorii de servicii de publicitate politică depun eforturi rezonabile pentru a se asigura că informațiile păstrate în temeiul alineatului (1) sunt complete și exacte.
- (3) Informațiile menționate la alineatul (1) trebuie să fie în formă scrisă sau în format electronic. Astfel de informații se păstrează într-un format care poate fi citit automat, pentru o perioadă de șapte ani de la data ultimei pregătiri, plasări, promovări, publicări, distribuiri sau difuzări, după caz.
- (4) Prezentul articol nu se aplică microîntreprinderilor care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatul (1) din Directiva 2013/34/UE, în cazul în care furnizarea de servicii de publicitate este pur marginală și accesorie în raport cu activitățile lor principale.

Articolul 10

Transmiterea informațiilor către editorul de publicitate politică

- (1) Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că informațiile menționate la articolul 9 alineatul (1) sunt transmise în timp util și în mod complet și exact editorilor de publicitate politică, pentru a le permite acestora să își respecte obligațiile care le revin în temeiul prezentului regulament.

Fiecare furnizor de servicii de publicitate politică transmite informațiile menționate la primul paragraf pe durata furnizării serviciului relevant și în conformitate cu cele mai bune practici și cu standardele sectorului, și, în cazul în care acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic, prin intermediul unui proces automatizat standardizat.

Atunci când editorul de publicitate politică este singurul furnizor de servicii de publicitate politică, sponsorul transmite informațiile relevante editorului de publicitate politică.

- (2) Atunci când un furnizor de servicii de publicitate politică ia cunoștință de faptul că informațiile pe care le-a transmis s-au schimbat, acesta trebuie să se asigure că informațiile actualizate sunt transmise editorului de publicitate politică relevant.

Articolul 11

Cerințe de etichetare și de transparență pentru fiecare material publicitar politic

- (1) Editorii de publicitate politică se asigură că fiecare material publicitar politic este pus la dispoziție împreună cu următoarele informații, în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate:
- (a) o declarație că este vorba de un material publicitar politic;
 - (b) identitatea sponsorului materialului publicitar politic și, dacă este cazul, a entității care controlează în ultimă instanță sponsorul;
 - (c) dacă este cazul, alegerile, referendumul sau procesul legislativ sau de reglementare de care este legat materialul publicitar politic;
 - (d) după caz, o declarație că materialul publicitar politic a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialelor publicitare;
 - (e) o notificare privind transparența care conține informațiile menționate la articolul 12 alineatul (1) sau o indicație clară a locului în care acestea pot fi obținute cu ușurință și în mod direct.
- (2) Editorii de publicitate politică se asigură că informațiile menționate la alineatul (1) sunt complete. Editorii de publicitate politică se asigură că informațiile referitoare la locul unde poate fi găsită notificarea privind transparența menționată la alineatul (1) litera (e) sunt exacte.

- (3) Informațiile menționate la alineatul (1) se pun la dispoziție sub formă de etichete adaptate suportului utilizat.

Etichetele respective trebuie să iasă în evidență, să le permită persoanelor să identifice cu ușurință un material publicitar politic ca atare și să rămână în vigoare în cazul în care materialul publicitar politic este difuzat mai departe.

- (4) Până la ... [15 luni de la data intrării în vigoare a prezentului regulament], Comisia adoptă acte de punere în aplicare prin care stabilește formatul și modelul etichetelor menționate la alineatul (3). Respectivetele acte de punere în aplicare asigură faptul că etichetele sunt adaptate suportului utilizat, inclusiv pentru mediul audiovizual și mass-media tipărită, precum și publicitatea online și offline, ținând seama de caracteristicile specifice ale suportului, precum și de cele mai recente evoluții tehnologice și ale pieței, cercetările științifice relevante și cele mai bune practici.

Respectivele acte de punere în aplicare se adoptă în conformitate cu procedura de examinare menționată la articolul 29 alineatul (2).

- (5) Statele membre, inclusiv autoritățile competente, și Comisia încurajează elaborarea de coduri de conduită voluntare menite să contribuie la aplicarea corespunzătoare a prezentului articol, ținând seama de caracteristicile specifice ale furnizorilor de servicii relevanți implicați și de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE.

Articolul 12

Notificările privind transparența

- (1) Editorii de publicitate politică se asigură că notificarea privind transparența menționată la articolul 11 alineatul (1) litera (e) include următoarele informații:
- (a) identitatea sponsorului și, după caz, a entității care controlează în ultimă instanță sponsorul, inclusiv numele, adresa de e-mail și, dacă este publică, adresa poștală, iar în cazul în care sponsorul nu este o persoană fizică, adresa la care acesta își are sediul;
 - (b) informațiile solicitate la litera (a) cu privire la persoana fizică sau juridică care oferă o remunerație în schimbul materialului publicitar politic, dacă această persoană este diferită de sponsor sau de entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul;
 - (c) perioada în care se intenționează publicarea, distribuirea sau difuzarea materialului publicitar politic;
 - (d) sumele agregate și valoarea agregată ale altor beneficii primite de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv cele primite de editor parțial sau integral în schimbul serviciilor de publicitate politică și, după caz. ale campaniei de publicitate politică;

- (e) informațiile privind originea publică sau privată a acestor sume și a altor beneficii menționate la litera (d), precum și dacă acestea provin din interiorul sau din afara Uniunii;
- (f) metodologia utilizată pentru calcularea sumelor și valorii menționate la litera (d);
- (g) după caz, indicarea alegerilor, referendumurilor și a proceselor legislative sau de reglementare cu care are legătură materialul publicitar politic;
- (h) în cazul în care materialul publicitar politic are legătură cu anumite alegeri sau referendumuri, linkuri către informațiile oficiale cu privire la modalitățile de participare la alegerile sau referendumul în cauză;
- (i) dacă este cazul, linkuri către registrul european de materiale publicitare politice online menționat la articolul 13;
- (j) informații privind mecanismele menționate la articolul 15 alineatul (1);
- (k) după caz, dacă o publicare anterioară a materialului publicitar politic sau a unei versiuni precedente a acestuia a fost suspendată sau întreruptă din cauza unei încălcări a prezentului regulament;
- (l) după caz, o declarație că materialul publicitar politic a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza utilizării datelor cu caracter personal, inclusiv a informațiilor menționate la articolul 19 alineatul (1) literele (c) și (e);
- (m) după caz și dacă este fezabil din punct de vedere tehnic, impactul materialului publicitar politic, pe baza numărului de vizualizări și de interacțiuni cu materialul publicitar politic.

- (2) Editorii de publicitate politică se asigură că informațiile menționate la alineatul (1) sunt complete.

Editorii de publicitate politică asigură exactitatea informațiilor în temeiul alineatului (1) literele (d), (f), (i), (j) și (m) înainte și în timpul perioadei de publicare, distribuire sau difuzare a materialului publicitar politic.

Atunci când furnizorul de servicii de publicitate politică ia cunoștință de faptul că oricare dintre informațiile transmise editorului de publicitate politică sau publicate de acesta sunt incomplete sau inexacte, acesta trebuie să contacteze, fără întârzieri nejustificate, editorul de publicitate politică în cauză și să îi transmită informațiile completate sau corectate.

Atunci când editorul de publicitate politică ia cunoștință, prin orice mijloace, de faptul că informațiile menționate la articolul 11 alineatul (1) și la alineatul (1) de la prezentul articol sunt incomplete sau inexacte, acesta trebuie să depună toate eforturile, inclusiv contactând sponsorul sau furnizorii de servicii de publicitate politică, pentru a completa sau a corecta informațiile fără întârzieri nejustificate.

În cazul în care informațiile nu pot fi completate sau corectate fără întârzieri nejustificate, editorul de publicitate politică nu pune la dispoziție materialul publicitar politic sau întrerupe fără întârzieri nejustificate publicarea, distribuirea sau difuzarea materialului publicitar politic.

Editorul de publicitate politică informează fără întârzieri nejustificate sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză cu privire la orice decizie luată în temeiul celui de al cincilea paragraf de la prezentul alineat.

- (3) Notificările privind transparența se includ în fiecare material publicitar politic sau pot fi accesate cu ușurință în orice moment în timpul perioadei de publicare a materialului publicitar politic.

Notificările privind transparența trebuie menținute la zi pe toată durata publicării materialului publicitar politic, trebuie prezentate într-un format care este ușor accesibil și, cel puțin atunci când materialul publicitar politic este pus la dispoziție în format electronic, trebuie să fie disponibile într-un format care poate fi citit automat. Acestea se redactează în limba materialului publicitar politic. Editorii de publicitate politică care oferă servicii în Uniune se asigură că notificările privind transparența respectă cerințele de accesibilitate aplicabile, inclusiv, atunci când acest lucru este fezabil din punct de vedere tehnic, prin punerea la dispoziție a informațiilor prin mai multe canale senzoriale.

Notificările privind transparența trebuie să fie clar vizibile și ușor de utilizat, inclusiv prin utilizarea unui limbaj simplu.

- (4) Editorii de publicitate politică păstrează notificările lor privind transparența, împreună cu eventualele modificări ale acestora, pentru o perioadă de șapte ani de la ultima publicare a materialului publicitar politic în cauză.
- (5) Alineatul (4) de la prezentul articol nu se aplică microîntreprinderilor care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatul (1) din Directiva 2013/34/UE în cazul în care furnizarea de servicii de publicitate este pur marginală și accesorie în raport cu activitățile lor principale.

- (6) Comisia este împuternicită să adopte acte delegate în conformitate cu articolul 28 pentru a modifica prezentul regulament prin adăugarea unor elemente la enumerarea de la alineatul (1) de la prezentul articol și prin modificarea alineatului (1) litera (f) de la prezentul articol în funcție de evoluțiile tehnologice, practicile de piață, cercetările științifice relevante, evoluțiile în materie de supraveghere din partea autorităților competente și orientările relevante emise de organismele competente, cu condiția ca aceste modificări să fie necesare pentru a permite înțelegerea contextului mai larg al materialelor publicitare politice și a obiectivelor acestora.
- (7) Până la ... [15 luni de la data intrării în vigoare a prezentului regulament], Comisia adoptă acte de punere în aplicare pentru a stabili formatul și pentru a furniza specificațiile tehnice ale notificării privind transparența, cu scopul de a asigura că aceasta este adaptată suportului utilizat, inclusiv pentru mediul audiovizual și mass-media tipărită, precum și publicitatea online și offline, ținând seama de cele mai recente evoluții tehnologice și ale pieței, cercetările științifice relevante și cele mai bune practici, precum și de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE.

Respectivele acte de punere în aplicare se adoptă în conformitate cu procedura de examinare menționată la articolul 29 alineatul (2).

Articolul 13

Registrul european de materiale publicitare politice online

- (1) Comisia instituie și asigură, direct sau prin încredințarea acestei responsabilități unei autorități de management, gestionarea unui registru european de materialele publicitare politice online (denumit în continuare „registru european”) care este un registru public pentru toate materialele publicitare politice online publicate în Uniune sau adresate cetățenilor sau rezidenților Uniunii în Uniune. Registrul respectiv include:
- (a) o funcționalitate care să permită accesul public la materialele publicitare politice online, împreună cu informațiile furnizate de editorii de publicitate politică menționate la articolul 12 alineatul (1) pentru fiecare material publicitar politic online din momentul primei sale publicări; informațiile trebuie să fie disponibile într-un format care poate fi citit automat, să permită interogări pe bază de criterii multiple și să fie accesibile publicului prin intermediul unui portal unic;
 - (b) un serviciu de găzduire care asigură disponibilitatea publicității politice online și a informațiilor publicate împreună cu aceasta, menționate la articolul 12 alineatul (1), pe toată durata prezentării materialului publicitar politic și timp de șapte ani de la prezentarea materialului publicitar politic pentru ultima dată; respectivul serviciu de găzduire și accesul la informațiile găzduite respectă orice cerință legală privind eliminarea materialului publicitar politic și a informațiilor publicate împreună cu acesta și nu aduce atingere acestor cerințe; respectivul serviciu de găzduire este gratuit pentru editorii de publicitate politică care trimit un material publicitar politic online către registrul european.

- (2) Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari și motoare de căutare online foarte mari se asigură că fiecare material publicitar politic, împreună cu informațiile menționate la articolul 12 alineatul (1) din prezentul regulament, este pus la dispoziție într-un registru astfel cum este menționat la articolul 39 din Regulamentul (UE) 2022/2065. În plus, editorii de publicitate politică respectivi permit accesul la informațiile respective prin intermediul registrului european din momentul publicării și pe toată durata perioadei în care prezintă materialul publicitar politic și timp de șapte ani după ce materialul publicitar politic a fost prezentat pentru ultima dată pe interfețele lor online.
- (3) În cazul în care editorii de publicitate politică elimină sau blochează accesul la un material publicitar politic specific pe baza unei presupuse ilegalități sau a unei incompatibilități cu termenii și condițiile lor, aceștia continuă să asigure accesul la informațiile prevăzute la articolul 12 alineatul (1) din prezentul regulament de-a lungul perioadei menționate la articolul 9 alineatul (3) din prezentul regulament. Această cerință nu aduce atingere cerințelor prevăzute la articolul 9 alineatul (2) litera (a) punctul (i), la articolul 17 alineatul (3) literele (a)-(e) și la articolul 39 alineatul (3) din Regulamentul (UE) 2022/2065.
- (4) Editorii de publicitate politică, alții decât cei menționați la alineatul (2) de la prezentul articol, care publică materiale publicitare politice prin intermediul unui serviciu online, pun la dispoziție în registrul european fiecare astfel de material publicitar politic și informațiile solicitate în temeiul articolului 12 alineatul (1) în termen de cel mult 72 de ore de la prima publicare a materialului publicitar politic.
- (5) Comisia sau, după caz, autoritatea de management menționată la alineatul (1) nu este răspunzătoare pentru exhaustivitatea și exactitatea materialului publicitar politic și a informațiilor publicate împreună cu acesta sau pentru conformitatea acestuia cu dreptul Uniunii sau cu dreptul intern relevant și cu alte norme obligatorii aplicabile.

- (6) Până la ... [24 de luni de la data intrării în vigoare a prezentului regulament], Comisia adoptă acte de punere în aplicare în conformitate cu articolul 29 pentru a stabili modalități detaliate în ceea ce privește furnizarea unei structuri comune de date, metadatele standardizate care să faciliteze includerea materialelor publicitare politice în registrul european și indexarea publicității politice de către motoarele de căutare online, autentificarea standardizată și o interfață comună de programare a aplicațiilor, cu scopul de a permite agregarea informațiilor publicate online în temeiul prezentului regulament, astfel încât să poată fi accesate prin intermediul unui portal unic.

La adoptarea respectivelor acte de punere în aplicare, Comisia ține seama de evoluțiile tehnologice, ale pieței și științifice și urmărește să atingă următoarele obiective:

- (a) să permită accesul public la informațiile menționate la alineatele (1), (2) și (3) prin intermediul registrului european;
- (b) să permită accesul ușor al publicului la notificările online privind transparența, prin utilizarea unei interfețe comune de programare a aplicațiilor, care să facă posibilă accesarea notificărilor și efectuarea de interogări în bazele de date relevante;
- (c) să sprijine accesul terților și al publicului la notificările privind transparența, inclusiv prin facilitarea analizării notificărilor online privind transparența și a prezentării lor printr-un portal unic ușor de utilizat și prin serviciile de căutare.

Articolul 14

Rapoarte periodice privind serviciile de publicitate politică

- (1) Editorii de publicitate politică includ informații cu privire la sumele sau valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciile furnizate, inclusiv cu privire la utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de distribuire a materialelor publicitare, agregate în funcție de campanie, anexate la raportul administratorilor lor, în înțelesul articolului 19 din Directiva 2013/34/UE.

Editorii de publicitate politică pun informațiile menționate la primul paragraf la dispoziția autorităților competente responsabile cu auditarea sau supravegherea actorilor politici, în cazul în care astfel de autorități sunt instituite în temeiul dreptului intern.

- (2) Alineatul (1) de la prezentul articol nu se aplică microîntreprinderilor sau întreprinderilor mici și mijlocii care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE.

Articolul 15

Indicarea materialelor publicitare politice potențial neconforme

- (1) Editorii de publicitate politică trebuie să dispună de mecanismele necesare care să le permită persoanelor fizice sau juridice să le notifice dacă un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament.
- (2) Mecanismele menționate la alineatul (1) trebuie să fie gratuite, ușor de utilizat și ușor de accesat, inclusiv din notificarea privind transparența. În cazul în care acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic, mecanismele respective permit transmiterea notificărilor în format electronic.

- (3) Mecanismele respective facilitează transmiterea de notificări precise și fondate către editorii de publicitate politică, pentru a le permite acestora să identifice neconformitatea materialelor publicitare politice în cauză cu prezentul regulament. În acest scop, editorii de publicitate politică iau măsurile necesare pentru a permite și a facilita transmiterea de notificări care să conțină toate elementele următoare:
- (a) o explicație fondată a motivelor pentru care persoana fizică sau juridică care transmite notificarea susține că materialul publicitar politic în cauză nu respectă prezentul regulament;
 - (b) informații care să permită identificarea materialului publicitar politic;
 - (c) numele și adresa de e-mail ale persoanei fizice sau juridice care transmite notificarea.
- (4) Editorii de publicitate politică trimit persoanei fizice sau juridice care a transmis notificarea, fără întârzieri nejustificate, o confirmare de primire a notificării primite în temeiul alineatului (1).
- (5) Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari și motoare de căutare online foarte mari, fără întârzieri nejustificate:
- (a) examinează și soluționează notificările primite în temeiul alineatului (1) în mod diligent, nearbitrar și obiectiv;
 - (b) informează persoana fizică sau juridică care a transmis notificarea menționată la alineatul (1) cu privire la măsurile luate ca urmare a notificării.

- (6) Editorii de publicitate politică care nu sunt platforme online foarte mari și motoare de căutare online foarte mari, fără întârzieri nejustificate:
- (a) depun toate eforturile posibile să examineze și să soluționeze notificările primite în temeiul alineatului (1) în mod diligent, nearbitrar și obiectiv;
 - (b) informează, cel puțin la cerere, persoana fizică sau juridică care a transmis notificarea menționată la alineatul (1) de la prezentul articol cu privire la măsurile luate ca urmare a notificării; editorii de publicitate politică care se încadrează în categoria microîntreprinderilor în temeiul articolului 3 alineatul (1) din Directiva 2013/34/UE depun toate eforturile pentru a asigura respectarea prezentei litere.
- (7) În ultima lună înaintea unor alegeri sau a unui referendum, editorii de publicitate politică prelucreză orice notificare primită cu privire la un material publicitar politic legat de alegerile sau referendumul respectiv în termen de 48 de ore, cu condiția ca notificarea să poată fi prelucrată complet pe baza informațiilor incluse în notificare. Editorii de publicitate politică care se încadrează în categoria microîntreprinderilor sau a întreprinderilor mici sau mijlocii în temeiul articolului 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE depun toate eforturile posibile pentru a prelucra orice notificare primită cu privire la un material publicitar politic legat de alegerile sau de referendumul în cauză, fără întârzieri nejustificate.
- (8) Editorii de publicitate politică furnizează informații clare și ușor de utilizat cu privire la căile de atac în ceea ce privește materialul publicitar politic la care se referă notificarea și, după caz, cu privire la utilizarea mijloacelor automatizate de prelucrare a notificărilor.

- (9) Editorii de publicitate politică informează fără întârzieri nejustificate sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză cu privire la orice măsuri pe care le iau în urma notificărilor efectuate în temeiul prezentului articol, care afectează disponibilitatea sau prezentarea materialului publicitar politic în cauză.
- (10) Editorii de publicitate politică pot da un răspuns colectiv la notificări multiple efectuate în temeiul alineatului (1) cu privire la același material publicitar sau aceeași campanie de publicitate, inclusiv prin utilizarea unor instrumente automatizate sau printr-un anunț pe site-ul lor web cu privire la notificările în cauză.
- (11) După consultarea rețelei punctelor naționale de contact menționate la articolul 22 alineatul (8), Comisia poate emite orientări pentru a sprijini editorii de publicitate politică în aplicarea prezentului articol.

Articolul 16

Transmiterea de informații autorităților naționale competente

- (1) Pentru a verifica respectarea articolelor 9, 11, 12 și 14, autoritățile naționale competente sunt abilitate să solicite furnizorilor de servicii de publicitate politică să transmită toate informațiile necesare. Informațiile transmise sunt complete, exacte și de încredere și sunt furnizate într-un format clar, coerent, consolidat și inteligibil. În cazul în care este posibil din punct de vedere tehnic, informațiile se transmit într-un format standardizat și care poate fi citit automat.

- (2) Solicitarea menționată la alineatul (1) cuprinde următoarele elemente:
- (a) o expunere de motive în care se explică obiectivul pentru care sunt solicitate informațiile, cu excepția cazului în care solicitarea urmărește obiectivul prevenirii, depistării, investigării și urmăririi penale a infracțiunilor sau contravențiilor grave și în măsura în care dezvăluirea motivelor solicitării ar periclita acest obiectiv;
 - (b) informații privind demersurile pe care le pot face în acest caz furnizorul de servicii și sponsorul serviciului de publicitate politică.
- (3) La primirea unei solicitări în temeiul alineatului (1) de la prezentul articol, furnizorii de servicii de publicitate politică confirmă, în termen de două zile lucrătoare, primirea solicitării respective și informează autoritățile naționale competente cu privire la măsurile luate pentru a se conforma acesteia. Furnizorul de servicii de publicitate politică relevant furnizează informațiile solicitate în termen de opt zile lucrătoare. Cu toate acestea, furnizorii de servicii de publicitate politică care se încadrează în categoria microîntreprinderilor sau a întreprinderilor mici sau mijlocii în temeiul articolului 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE depun eforturi rezonabile pentru a furniza informațiile solicitate în termen de 12 zile lucrătoare, iar ulterior fără întârzieri nejustificate.
- (4) Prin derogare de la alineatul (3) de la prezentul articol, în luna anterioară unor alegeri sau unui referendum, furnizorii de servicii de publicitate politică furnizează fără întârzieri nejustificate, în maximum 48 de ore, informațiile solicitate care se află în posesia lor. Cu toate acestea, furnizorii de servicii de publicitate politică care se încadrează în categoria microîntreprinderilor sau a întreprinderilor mici în temeiul articolului 3 alineatele (1) și (2) din Directiva 2013/34/UE furnizează informațiile solicitate pe care le dețin fără întârzieri nejustificate și, atunci când este posibil, înainte de data alegerilor sau a referendumului.

- (5) Furnizorii de servicii de publicitate politică desemnează un punct de contact pentru interacțiunea cu autoritățile naționale competente. Furnizorii de servicii de publicitate politică care se încadrează în categoria microîntreprinderilor sau a întreprinderilor mici sau mijlocii în temeiul articolului 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE pot desemna o persoană fizică externă drept punct de contact.

Articolul 17

Transmiterea de informații către alte entități interesate

- (1) La solicitarea entităților interesate, furnizorii de servicii de publicitate politică transmit entităților respective, cu promptitudine și în mod gratuit, precum și, dacă este posibil din punct de vedere tehnic, într-un format care poate fi citit automat, informațiile pe care furnizorii respectivi de servicii de publicitate politică trebuie să le dețină în temeiul articolelor 9, 11 și 12.
- (2) Entitățile interesate care solicită transmiterea de informații în temeiul alineatului (1) nu urmăresc interese comerciale și se încadrează în una sau mai multe dintre următoarele categorii:
- (a) cercetători agreeți, în conformitate cu articolul 40 alineatul (8) din Regulamentul (UE) 2022/2065;
 - (b) membri ai unei organizații a societății civile ale cărei obiective statutare sunt protejarea și promovarea interesului public și care este autorizată în temeiul dreptului național sau al dreptului Uniunii;
 - (c) actori politici;
 - (d) observatori electorali naționali sau internaționali recunoscuți într-un stat membru; sau
 - (e) jurnaliști.

- (3) În urma unei solicitări din partea unei entități interesate, furnizorul de servicii de publicitate politică depune toate eforturile pentru a furniza informațiile solicitate sau răspunsul său motivat în temeiul alineatului (5), cât mai curând și cel mai târziu în termen de o lună.
- (4) Atunci când pregătește informațiile care trebuie furnizate în temeiul alineatului (1), furnizorul de servicii de publicitate politică poate agrega sumele relevante sau le poate plasa într-un interval, în măsura în care acest lucru este necesar pentru a-și proteja interesele comerciale legitime.
- (5) În cazul în care solicitările formulate în temeiul alineatului (1) sunt în mod evident neclare, excesive sau privesc informații care nu se află în posesia furnizorului de servicii de publicitate politică, respectivul furnizor de servicii poate refuza să furnizeze informațiile solicitate. În astfel de cazuri, furnizorul de servicii de publicitate politică trimite un răspuns motivat entității interesate care a formulat solicitarea, împreună cu informații privind posibilitățile de a formula căi de atac, inclusiv, dacă este aplicabil, cele existente în temeiul Directivei (UE) 2020/1828.
- (6) În cazul în care prelucrarea solicitărilor formulate în temeiul alineatului (1) presupune costuri semnificative, furnizorul de servicii de publicitate politică poate percepe o taxă rezonabilă și proporțională, care nu poate depăși, în niciun caz, costurile administrative aferente furnizării informațiilor solicitate.
- (7) Furnizorilor de servicii de publicitate politică le revine sarcina de a demonstra că o solicitare este în mod evident neclară, excesivă sau vizează informații care nu se află în posesia lor sau că implică costuri semnificative de prelucrare.

Capitolul III

Vizarea unui public-țintă și distribuirea materialului publicitar politic online

Articolul 18

Cerințe specifice referitoare la tehnicile de vizare a unui public-țintă și la tehnicile de distribuire a materialelor publicitare în contextul publicității politice online

- (1) Tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a unui material publicitar care implică prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul publicității politice online sunt permise numai dacă sunt îndeplinite următoarele condiții:
 - (a) operatorul a colectat datele cu caracter personal de la persoana vizată;
 - (b) persoana vizată și-a dat explicit consimțământul, în înțelesul Regulamentelor (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725, pentru prelucrarea datelor personale separat în scopul publicității politice; și
 - (c) tehnicile respective nu implică crearea de profiluri, în sensul definiției de la articolul 4 punctul 4 din Regulamentul (UE) 2016/679 și de la articolul 3 punctul 5 din Regulamentul (UE) 2018/1725, utilizând categoriile speciale de date cu caracter personal menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725.

- (2) În contextul publicității politice, sunt interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau tehnicile de distribuire a materialelor publicitare politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale unei persoane despre care operatorul știe, cu un grad rezonabil de certitudine, că are o vârstă cu cel puțin un an sub vârsta de vot stabilită de normele naționale. Respectarea obligațiilor prevăzute la prezentul alineat nu obligă operatorul să prelucreze date cu caracter personal suplimentare pentru a evalua dacă persoana vizată are cu un an sub vârsta de vot.
- (3) Prezentul articol nu se aplică comunicărilor unui partid politic, unei fundații, asociații sau ale oricărui alt organism fără scop lucrativ, membrilor și foștilor membri ai acestora sau comunicărilor, cum ar fi buletinele informative, legate de activitățile lor politice, atât timp cât aceste comunicări se bazează exclusiv pe date legate de abonare și, prin urmare, se limitează strict la membrii, foștii membri sau abonații lor și se bazează pe datele cu caracter personal furnizate de aceștia și nu implică prelucrarea datelor cu caracter personal pentru a viza sau a selecta în alt mod destinatarii și mesajele pe care le primesc.
- (4) În scopul punerii în aplicare a cerințelor Regulamentelor (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725 privind acordarea consimțământului explicit, precum și retragerea acestuia odată acordat, operatorii se asigură că:
- (a) persoanei vizate nu i se solicită consimțământul dacă a indicat deja prin mijloace automatizate că nu este de acord cu prelucrarea datelor în scopuri de publicitate politică, cu excepția cazului în care cererea este justificată de o modificare substanțială a circumstanțelor;
 - (b) persoanei vizate care nu își dă consimțământul urmează să i se ofere o alternativă echivalentă pentru utilizarea serviciului online fără a primi publicitate politică.

Articolul 19

Cerințe suplimentare privind transparența legate de tehnicile de vizare a unui public-țintă și de distribuire a materialelor publicitare în contextul publicității politice online

- (1) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialelor publicitare în contextul publicității politice online care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii trebuie să respecte, în plus față de alte cerințe prevăzute în prezentul regulament, cerințele prevăzute în Regulamentul (UE) 2016/679 și în Regulamentul (UE) 2018/1725, următoarele cerințe:
- (a) să adopte, să pună în aplicare și să informeze publicul cu privire la o politică internă care descrie în mod clar și într-un limbaj simplu modul în care astfel de tehnici sunt utilizate și să mențină o astfel de politică pentru o perioadă de șapte ani de la ultima utilizare a respectivelor tehnici;
 - (b) să țină evidența utilizării unor astfel de tehnici, a mecanismelor și a parametrilor relevanți utilizați;

- (c) să furnizeze, împreună cu mențiunea că este vorba despre un material publicitar politic, informațiile suplimentare necesare pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri ai tehnicilor utilizate, inclusiv dacă a fost folosit un sistem de inteligență artificială pentru a viza sau a difuza materialul publicitar politic, precum și orice alte tehnici analitice suplimentare, inclusiv următoarele elemente:
- (i) grupurile specifice de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a determina destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar;
 - (ii) categoriile de date cu caracter personal utilizate pentru tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de difuzare a publicității;
 - (iii) obiectivele, mecanismele și logica vizării unui public-țintă, inclusiv parametrii de includere și excludere, precum și motivele pentru alegerea acestor parametri;
 - (iv) informații precise privind utilizarea sistemelor de inteligență artificială în vizarea unui public-țintă sau în difuzarea publicității politice;
 - (v) perioada de difuzare a materialului publicitar politic și numărul de persoane cărora le este difuzat materialul publicitar politic;
 - (vi) un link către politica menționată la litera (a) sau indicarea clară a locului unde aceasta poate fi accesată cu ușurință;

- (d) să pregătească o evaluare anuală internă a riscurilor utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de difuzare în ceea ce privește drepturile și libertățile fundamentale, ale cărei rezultate să fie publicate;
 - (e) să furnizeze, împreună cu materialul publicitar politic, dacă nu este inclusă în notificarea privind transparența prevăzută la articolul 12 alineatul (1) din prezentul regulament, o mențiune cu privire la mijloace eficiente de sprijinire a persoanelor fizice în exercitarea drepturilor lor în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 sau al Regulamentului (UE) 2018/1725, după caz, în special o trimitere la dreptul persoanelor fizice de a-și da sau de a-și retrage consimțământul, după caz, care trebuie să includă un link către interfața care permite exercitarea acestor drepturi.
- (2) În cazul în care operatorul este diferit de editorul de publicitate politică, operatorul se asigură că informațiile la care se face referire la alineatul (1) literele (c) și (e) sunt comunicate editorului de publicitate politică, pentru a-i permite editorului de publicitate politică să își respecte obligațiile care îi revin în temeiul prezentului regulament. Informațiile se transmit, în timp util și în mod exact, în conformitate cu bunele practici și cu standardele din domeniu, prin intermediul unui proces automat standardizat, atunci când acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic.
- (3) Furnizorii de servicii de publicitate politică transmit operatorilor, dacă se impune, informațiile necesare pentru a se conforma alineatelor (1) și (2).
- (4) Informațiile care trebuie furnizate în conformitate cu alineatul (1) literele (c) și (e) și cu alineatele (2) și (3) trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, în cazul în care este fezabil din punct de vedere tehnic, care poate fi citit automat, este vizibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu.

- (5) Comisia este împuternicită să adopte acte delegate în conformitate cu articolul 28 pentru a modifica prezentul regulament prin adăugarea unor elemente la enumerarea de la alineatul (1) de la prezentul articol, având în vedere evoluțiile tehnologice, practicile pieței, cercetarea științifică relevantă, precum și evoluțiile în ceea ce privește supravegherea de către autoritățile competente și orientările relevante emise de organismele competente.

Articolul 20

Transmiterea de informații către alte entități interesate privind vizarea unui public-țintă sau distribuirea de materiale publicitare politice online

Operatorii iau măsurile corespunzătoare pentru a transmite, la cererea entităților interesate, în conformitate cu articolul 17 alineatul (2), și cu titlu gratuit, informațiile menționate la articolul 19.

Capitolul IV

Supravegherea

și asigurarea respectării normelor

Articolul 21

Reprezentantul legal

- (1) Un furnizor de servicii care prestează servicii de publicitate politică în Uniune, dar nu are un sediu în Uniune, desemnează în scris o persoană fizică sau juridică drept reprezentantul său legal într-unul dintre statele membre în care furnizorul respectiv își oferă serviciile.

Reprezentantul legal desemnat se înregistrează la autoritatea competentă menționată la alineatul (4) în statul membru unde își are reședința sau sediul. În acest scop, furnizorii de servicii transmit autorității competente în cauză numele, adresa poștală, adresa de e-mail și numărul de telefon ale reprezentantului lor legal. Informațiile transmise trebuie să fie exacte, într-un format care poate fi citit automat și actualizate.

- (2) Reprezentantul legal este responsabil de asigurarea respectării obligațiilor care îi revin în temeiul prezentului regulament și, fără a aduce atingere răspunderii prestatorului de servicii și oricăror acțiuni în justiție care ar putea fi inițiate împotriva acestuia, poate fi considerat răspunzător pentru orice nerespectare a obligațiilor care îi revin în temeiul prezentului regulament. Reprezentantul legal este destinatarul tuturor comunicărilor cu furnizorul de servicii relevant care sunt prevăzute în prezentul regulament. Orice comunicare către reprezentantul legal respectiv se consideră a fi o comunicare către furnizorul de servicii reprezentat.

- (3) Furnizorii de servicii acordă reprezentantului lor legal competențele necesare și resurse suficiente pentru a garanta cooperarea eficientă și în timp util cu autoritățile competente naționale și, după caz, cu Comisia, precum și pentru a asigura respectarea deciziilor acestora.
- (4) Statele membre desemnează o autoritate competentă națională responsabilă de păstrarea de registre online, accesibile publicului și care se pot citi automat referitoare la toți reprezentanții legali înregistrați pe teritoriul lor în temeiul prezentului regulament. Autoritatea națională competentă se asigură că aceste informații sunt ușor accesibile și că sunt complete și actualizate periodic. Statele membre pun la dispoziția Comisiei linkurile către site-urile web relevante.
- (5) Comisia creează și se ocupă de un portal accesibil public care conține linkuri către site-urile web puse la dispoziție de statele membre în temeiul alineatului (4).

Articolul 22

Autoritățile competente și punctele naționale de contact

- (1) Autoritățile de supraveghere menționate la articolul 51 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau Autoritatea Europeană pentru Protecția Datelor menționată la articolul 52 din Regulamentul (UE) 2018/1725 au competența de a monitoriza aplicarea articolelor 18 și 19 din prezentul regulament în domeniul lor de competență. Articolul 58 din Regulamentul (UE) 2016/679 și articolul 58 din Regulamentul (UE) 2018/1725 se aplică prin analogie. Capitolul VII din Regulamentul (UE) 2016/679 se aplică activităților care intră sub incidența articolelor 18 și 19 din prezentul regulament.
- (2) Comitetul european pentru protecția datelor menționat la articolul 68 din Regulamentul (UE) 2016/679 elaborează, din proprie inițiativă sau la cererea Comisiei, orientări menite să asiste autoritățile de supraveghere menționate în Regulamentul (UE) 2016/679 la evaluarea respectării cerințelor prezentului regulament.

- (3) Statele membre desemnează autorități competente care să supravegheze respectarea de către furnizorii de servicii intermediare, în înțelesul Regulamentului (UE) 2022/2065, a obligațiilor prevăzute la articolele 7-17 și articolul 21 din prezentul regulament, după caz. Autoritățile competente desemnate în temeiul Regulamentului (UE) 2022/2065 pot fi, de asemenea, cele desemnate să supravegheze respectarea de către intermediarii online a obligațiilor prevăzute la articolele 7-17 și articolul 21 din prezentul regulament. Coordonatorul serviciilor digitale menționat la articolul 49 din Regulamentul (UE) 2022/2065 din fiecare stat membru este responsabil de asigurarea coordonării la nivel național în ceea ce privește furnizorii de „servicii intermediare”, în sensul definiției din Regulamentul (UE) 2022/2065. Articolul 49, articolul 58 alineatele (1)-(4) și articolul 60 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2022/2065 se aplică aspectelor legate de aplicarea prezentului regulament în ceea ce privește furnizorii de servicii intermediare. Articolul 51 din Regulamentul (UE) 2022/2065 se aplică prin analogie în ceea ce privește competențele autorităților competente desemnate în temeiul prezentului alineat.
- (4) Fiecare stat membru desemnează una sau mai multe autorități competente responsabile cu aplicarea și asigurarea respectării aspectelor din prezentul regulament care nu sunt menționate la alineatele (1) și (3) de la prezentul articol. Autoritățile competente respective pot fi diferite de cele menționate la alineatele (1) și (3) de la prezentul articol și pot fi aceleași cu cele menționate la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE. Fiecare autoritate competentă desemnată în temeiul prezentului alineat beneficiază din punct de vedere structural de independență deplină atât față de sectorul de activitate în care își exercită atribuțiile, cât și față de orice intervenție externă sau presiune politică. Aceasta monitorizează în mod eficace și ia măsurile necesare și proporționale pentru a asigura supravegizarea, respectarea și aplicarea prezentului regulament, acționând în condiții de independență deplină.

- (5) Autoritățile menționate la alineatul (4), atunci când își exercită sarcinile legate de prezentul regulament, au competența:
- (a) să solicite acces la date, documente sau orice informații necesare, în special de la sponsor sau de la furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză, pe care autoritățile competente le pot utiliza numai în scopul monitorizării și evaluării conformității cu prezentul regulament, în conformitate cu legislația pertinentă privind protecția datelor cu caracter personal și protecția informațiilor confidențiale;
 - (b) să emită avertismente adresate furnizorilor de servicii de publicitate politică cu privire la nerespectarea de către aceștia a obligațiilor care le revin în temeiul prezentului regulament;
 - (c) să dispună încetarea încălcărilor și să impună sponsorilor sau furnizorilor de servicii de publicitate politică să ia măsurile necesare pentru a se conforma prezentului regulament;
 - (d) să aplice sau să solicite aplicarea de către o autoritate judiciară a unor amenzi sau sancțiuni financiare sau a altor măsuri financiare, după caz;
 - (e) dacă este cazul, să aplice penalități cu titlu cominatoriu sau să solicite unei autorități judiciare din statul lor membru să facă acest lucru;
 - (f) dacă este cazul, să aplice măsuri corective proporționale cu încălcarea și necesare pentru a pune capăt efectiv încălcării sau să solicite unei autorități judiciare din statul lor membru să facă acest lucru;

- (g) să facă o declarație publică în care identifică persoana(ele) juridică(e) și fizică(e) responsabilă(e) pentru încălcarea unei obligații prevăzute în prezentul regulament și natura încălcării respective;
 - (h) să efectueze sau să solicite unei autorități judiciare să dispună sau să autorizeze inspecții în orice incinte pe care le folosesc furnizorii de servicii de publicitate politică în scopuri legate de activitatea lor comercială, economică, meșteșugărească sau profesională sau să solicite altor autorități publice să facă acest lucru, pentru a examina, a confisca, a face sau a obține copii sau extracte ale informațiilor, sub orice formă, indiferent de suportul de stocare.
- (6) Statele membre se asigură că autoritățile naționale competente dispun de toate mijloacele necesare pentru a-și îndeplini sarcinile în temeiul prezentului regulament, inclusiv resurse tehnice, financiare și umane suficiente pentru a superviza adecvat conformarea sponsorilor și a furnizorilor de servicii de publicitate politică, în limitele competențelor conferite în temeiul prezentului regulament.
- (7) Statele membre asigură cooperarea și coordonarea eficace și structurată la nivel național între toate autoritățile competente relevante menționate la alineatele (1)-(4), pentru a facilita schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea sarcinilor și competențelor de supraveghere și de asigurare a aplicării normelor care le revin în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin notificarea încălcărilor depistate care sunt relevante pentru alte autorități, prin schimbul de constatări și de cunoștințe de specialitate și prin menținerea legăturii cu privire la aplicarea și asigurarea respectării normelor relevante.

- (8) Punctele naționale de contact desemnate de statele membre în temeiul alineatului (9) al doilea paragraf se reunesc periodic la nivelul Uniunii în rețeaua punctelor naționale de contact. Rețeaua punctelor naționale de contact servește drept platformă pentru schimbul periodic de informații și cooperarea structurată dintre punctele naționale de contact și Comisie cu privire la toate aspectele prezentului regulament. În special, rețeaua de puncte naționale de contact facilitează cooperarea la nivelul Uniunii în ceea ce privește aplicarea și asigurarea respectării prezentului regulament și facilitează pregătirea, în cooperare cu părțile interesate relevante, a unor orientări pentru a-i sprijini sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate politică să respecte cerințele prezentului regulament. Rețeaua punctelor naționale de contact se reunește cel puțin de două ori pe an și, dacă este cazul, la cererea justificată corespunzător a Comisiei sau a unui stat membru. Aceasta lucrează în strânsă cooperare cu Rețeaua europeană de cooperare pentru alegeri, cu Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale și cu alte rețele sau organisme relevante, pentru a facilita schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de supravegherea și asigurarea respectării prezentului regulament. Comisia participă la reuniunile rețelei punctelor naționale de contact și oferă sprijin administrativ.

- (9) În cazul în care un stat membru desemnează mai multe autorități competente, acesta se asigură că sarcinile care le revin autorităților în cauză sunt clar definite și că autoritățile respective au o relație strânsă și eficientă de colaborare la îndeplinirea sarcinilor.

Fiecare stat membru desemnează o autoritate competentă ca punct național de contact la nivelul Uniunii pentru toate aspectele care țin de prezentul regulament.

Punctele naționale de contact susțin și facilitează o cooperare eficace între autoritățile naționale competente, precum și cu alte puncte naționale de contact din alte state membre. Statele membre pun la dispoziția publicului datele de contact ale punctelor lor naționale de contact. Statele membre în cauză comunică, dacă este cazul, rețelei punctelor naționale de contact numele celorlalte autorități competente și sarcinile care le revin acestora.

Articolul 23

Cooperarea transfrontalieră

- (1) Asigurarea respectării prezentului regulament de către furnizorii de servicii de publicitate politică și de către sponsori este de competența statului membru în care furnizorul își are sediul. În cazul în care furnizorul are sedii în mai multe state membre, acesta se consideră a se afla sub jurisdicția statului membru în care își are sediul principal.
- (2) Fără a se aduce atingere articolului 22 alineatele (1) și (2) și alineatului (1) de la prezentul articol, autoritatea competentă sau autoritățile competente ale tuturor statelor membre cooperează și își oferă asistență reciprocă în funcție de necesitate.

- (3) La primirea unei solicitări justificate din partea altei autorități competente, o autoritate competentă acordă asistență, fără întârzieri nejustificate și în termen de cel mult o lună de la primirea solicitării, celeilalte autorități competente, astfel încât măsurile de supraveghere sau de asigurare a respectării legislației menționate la articolul 22 alineatul (5) să poată fi puse în aplicare într-un mod efectiv, eficient și consecvent. La primirea unei solicitări justificate de informații din partea autorității competente dintr-un alt stat membru, o autoritate competentă transmite, prin intermediul punctelor naționale de contact menționate la articolul 22 alineatul (9), autorității competente respective informațiile solicitate, fără întârzieri nejustificate și în termen de cel mult 14 zile de la primirea solicitării. Termenul poate fi prelungit la o lună în cazurile în care sunt necesare investigații sau informații suplimentare din partea mai multor autorități competente.
- (4) În cazul în care o autoritate națională competentă a unui stat membru are motive să suspecteze că prezentul regulament a fost încălcat pe teritoriul său, aceasta informează autoritatea competentă a sediului principal al prestatorului de servicii și îi solicită, după caz, să evalueze chestiunea și să ia măsurile necesare de investigare și de asigurare a respectării legii menționate la alineatul (7).

- (5) O notificare formulată în temeiul alineatului (4) trebuie să fie argumentată, motivată corespunzător și proporțională, și să menționeze cel puțin:
- (a) informațiile care permit identificarea sponsorului sau a furnizorului de servicii de publicitate politică;
 - (b) o descriere a faptelor relevante, a dispozițiilor relevante ale prezentului regulament și a motivelor pentru care autoritatea competentă care a trimis notificarea suspectează o încălcare a prezentului regulament, inclusiv, după caz, o descriere a circumstanțelor care permit evaluarea pe criteriile prevăzute la articolul 25 alineatul (4);
 - (c) informații privind locul în care poate fi accesat materialul publicitar politic relevant sau o copie a acestuia;
 - (d) orice alte informații pe care autoritatea competentă care a transmis notificarea le consideră relevante, inclusiv, după caz, informații colectate din proprie inițiativă.
- (6) În cazul în care autoritatea competentă a sediului principal nu dispune de suficiente informații pentru a acționa în urma unei notificări primite în temeiul alineatului (4), aceasta poate solicita informații suplimentare de la autoritatea competentă care a efectuat notificarea. La primirea solicitării, autoritatea competentă comunică informațiile solicitate fără întârzieri nejustificate.

Termenul prevăzut la alineatul (7) se suspendă până la furnizarea informațiilor suplimentare respective.

- (7) Autoritatea competentă a sediului principal comunică, fără întârzieri nejustificate și în termen de cel mult o lună de la primirea notificării menționate la alineatul (4) sau, după caz, a informațiilor menționate la alineatul (6), autorității competente care a efectuat notificarea, precum și rețelei punctelor naționale de contact evaluarea sa cu privire la încălcarea suspectată și informații privind măsurile de investigare sau de asigurare a respectării legislației luate sau care urmează să fie luate pentru a asigura respectarea prezentului regulament.
- (8) În cazul în care investigarea unei presupuse încălcări se referă la furnizarea de servicii de publicitate politică în unul sau mai multe state membre în care furnizorul serviciilor de publicitate politică nu își are sediul principal, autoritatea competentă a sediului principal poate lansa și conduce o investigație comună cu participarea autorității sau autorităților competente din statele membre respective:
- (a) din proprie inițiativă și după obținerea acordului autorității sau autorităților competente solicitate; sau
 - (b) la solicitarea unei alte autorități sau a altor autorități competente, pe baza suspiciunii rezonabile că serviciile de publicitate politică prestate de furnizorul de servicii de publicitate politică stabilit în statul membru în care se află sediul principal a încălcat prezentul regulament sau a afectat în mod substanțial persoane aflate pe teritoriul autorității sau autorităților competente care formulează solicitarea.

- (9) În scopul alineatului (8), autoritatea competentă care solicită lansarea unei investigații comune furnizează celeilalte sau celorlalte autorități competente informațiile menționate la alineatul (5). În cazul în care o autoritate competentă decide să nu participe la o investigație comună, aceasta furnizează celeilalte sau celorlalte autorități competente o explicație motivată în acest sens.
- (10) În desfășurarea unei investigații comune, autoritățile competente cooperează cu bună credință și își exercită competențele de investigare în modul impus de investigarea presupusei încălcări. În cadrul unei investigații comune, autoritățile competente se informează reciproc cu privire la orice măsură relevantă de asigurare a respectării legislației pe care o inițiază sau intenționează să o inițieze.

Articolul 24

Dreptul de a depune o plângere

Fără a aduce atingere altor proceduri administrative sau căi de atac judiciare, autoritățile competente adresează în mod corespunzător toate notificările cu privire la posibilele încălcări ale prezentului regulament și, la cerere, informează persoana sau entitatea care a făcut notificarea cu privire la cursul dat acesteia. În ultima lună care precedă alegerile sau referendumurile, orice notificare primită în legătură cu respectivele alegeri sau referendumuri este tratată fără întârzieri nejustificate.

Autoritățile competente transmit fără întârzieri nejustificate plângerile care țin de competența unei alte autorități competente din alt stat membru respectivei autorități competente.

Articolul 25

Sanctiuni

- (1) Statele membre stabilesc norme privind sancțiunile sau alte măsuri, după caz, aplicabile sponsorilor sau furnizorilor de servicii de publicitate politică pentru încălcarea articolelor 5-17, 20 și 21 și iau toate măsurile necesare pentru a se asigura că acestea sunt puse în aplicare cu celeritate.

Sanctiunile stabilite trebuie să fie eficace, proporționale și cu efect de descurajare. La stabilirea normelor privind sancțiunile se iau în considerare normele care reglementează libertatea presei și libertatea de exprimare în alte tipuri de media, precum și normele sau codurile care reglementează profesia de jurnalist.

- (2) Quantumul maxim al sancțiunilor financiare care poate fi impus se bazează pe capacitatea economică a entității căreia i se aplică sancțiunile, și anume:
- (a) 6 % din venitul anual sau din bugetul anual al sponsorului sau al furnizorului de servicii de publicitate politică, după caz, oricare dintre acestea este mai mare; sau
 - (b) 6 % din cifra de afaceri anuală la nivel mondial a sponsorului sau a furnizorului de servicii de publicitate politică din exercițiul financiar precedent.
- (3) Statele membre informează Comisia cu privire la aceste norme până la ... [21 de luni de la data intrării în vigoare a prezentului regulament] și îi notifică fără întârziere orice modificare ulterioară care le vizează.

- (4) Atunci când se decide tipul de sancțiune și nivelul acesteia, se acordă atenția cuvenită, în fiecare caz în parte, printre altele, următoarelor aspecte:
- (a) natura, gravitatea, recurența și durata încălcării;
 - (b) caracterul - intenționat sau din neglijență - al încălcării;
 - (c) orice acțiune întreprinsă pentru a atenua eventualele daune;
 - (d) orice încălcare anterioară relevantă și orice alt factor agravant sau atenuant aplicabil circumstanțelor cazului;
 - (e) gradul de cooperare cu autoritatea competentă; și
 - (f) dimensiunea și capacitatea economică a entității a căreia i se aplică sancțiunile, după caz.
- (5) Încălările articolelor 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 și 18 sunt considerate deosebit de grave în cazul în care se referă la publicitate politică publicată sau difuzată în ultima lună care precedă alegerile sau un referendum și adresată cetățenilor din statul membru în care se organizează alegerile sau referendumul respectiv. Statele membre pot aplica, de asemenea, penalități cu titlu cominatoriu pentru a obliga sponsorii, furnizorii de servicii de publicitate politică și editorii de publicitate politică să pună capăt încălcărilor grave și repetate ale prezentului regulament.
- (6) Pentru încălcările obligațiilor prevăzute la articolele 18 și 19 din prezentul regulament, autoritățile de supraveghere menționate la articolul 51 din Regulamentul (UE) 2016/679 pot aplica, în limitele competenței lor, amenzi în conformitate cu articolul 83 din Regulamentul (UE) 2016/679 până la concurența sumei menționate la articolul 83 alineatul (5) din regulamentul respectiv.

- (7) Pentru încălcările obligațiilor prevăzute la articolele 18 și 19 din prezentul regulament, Autoritatea Europeană pentru Protecția Datelor menționată la articolul 52 din Regulamentul (UE) 2018/1725 poate aplica, în limitele competenței sale, amenzi în conformitate cu articolul 66 din Regulamentul (UE) 2018/1725 până la concurența sumei menționate la articolul 66 alineatul (3) din regulamentul respectiv.
- (8) Statele membre raportează anual Comisiei cu privire la sancțiunile aplicate pentru a asigura respectarea dispozițiilor prezentului regulament, în special cu privire la tipul de sancțiuni aplicate și la valoarea amenzilor și a sancțiunilor financiare. Comisia ține seama de aceste informații atunci când elaborează raportul prevăzut la articolul 27.

Articolul 26

Publicarea datelor alegerilor și ale referendumurilor

- (1) Statele membre publică datele alegerilor și ale referendumurilor și, dacă este cazul, ale perioadelor lor electorale într-un loc ușor accesibil, cu o trimitere corespunzătoare la prezentul regulament.
- (2) Comisia pune la dispoziție un portal prin intermediul căruia statele membre comunică, imediat după anunțare, datele alegerilor sau referendumurilor și, dacă este cazul, ale perioadelor electorale. Portalul se pune la dispoziția publicului.

Capitolul V

Dispoziții finale

Articolul 27

Evaluare și revizuire

În termen de doi ani de la fiecare scrutin pentru Parlamentul European, Comisia prezintă Parlamentului European și Consiliului un raport privind evaluarea și revizuirea prezentului regulament. În respectivul raport, care se face public, se evaluează necesitatea modificării prezentului regulament, în special în ceea ce privește:

- (a) domeniul de aplicare al prezentului regulament și definiția publicității politice de la articolul 3 punctul 2;
- (b) eficacitatea prezentului regulament în ceea ce privește mijloacele specifice de publicitate politică;
- (c) eficacitatea măsurilor de transparență, în special a declarației și a mecanismelor de identificare a naturii politice a unui serviciu publicitar sau material publicitar, astfel cum sunt reglementate la articolele 7 și 8;
- (d) eficacitatea normelor care restricționează prelucrarea datelor cu caracter personal în scopul tehnicilor de vizare a unui public-țintă și al tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare;
- (e) eficacitatea structurii de supraveghere și de asigurare a respectării legii, precum și tipul și cuantumul sancțiunilor aplicate de statele membre;

- (f) impactul prezentului regulament asupra actorilor din domeniul media care se încadrează, în temeiul articolului 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE, în categoria microîntreprinderilor sau a întreprinderilor mici și mijlocii;
- (g) eficacitatea prezentului regulament având în vedere evoluțiile tehnologice, științifice și de altă natură;
- (h) interacțiunea dintre prezentul regulament și actele juridice ale Uniunii menționate la articolul 2 alineatul (3);
- (i) progresele realizate în ceea ce privește crearea registrului european și funcționarea sa ulterioară.

Articolul 28

Exercitarea delegării de competențe

- (1) Competența de a adopta acte delegate este conferită Comisiei în condițiile prevăzute la prezentul articol.
- (2) Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 12 alineatul (6) și la articolul 19 alineatul (5) se conferă Comisiei pentru o perioadă de patru ani de la ... [data intrării în vigoare a prezentului regulament]. Comisia elaborează un raport privind delegarea de competențe cu cel puțin nouă luni înainte de încheierea perioadei de patru ani. Delegarea de competențe se prelungește tacit cu perioade de timp identice, cu excepția cazului în care Parlamentul European sau Consiliul se opune prelungirii respective cu cel puțin trei luni înainte de încheierea fiecărei perioade.

- (3) Delegarea de competențe menționată la articolul 12 alineatul (6) și la articolul 19 alineatul (5) poate fi revocată oricând de Parlamentul European sau de Consiliu. O decizie de revocare pune capăt delegării de competențe specificate în decizia respectivă. Decizia produce efecte din ziua care urmează datei publicării acesteia în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* sau de la o dată ulterioară menționată în decizie. Decizia nu aduce atingere actelor delegate care sunt deja în vigoare.
- (4) Înainte de adoptarea unui act delegat, Comisia consultă experții desemnați de fiecare stat membru în conformitate cu principiile prevăzute în Acordul interinstituțional din 13 aprilie 2016 privind o mai bună legiferare.
- (5) De îndată ce adoptă un act delegat, Comisia îl notifică simultan Parlamentului European și Consiliului.
- (6) Un act delegat adoptat în temeiul articolului 12 alineatul (6) sau al articolului 19 alineatul (5) intră în vigoare numai în cazul în care nici Parlamentul European și nici Consiliul nu au formulat obiecții în termen de două luni de la notificarea acestuia către Parlamentul European și Consiliu sau în cazul în care, înainte de expirarea acelui termen, Parlamentul European și Consiliul au informat Comisia că nu vor formula obiecții. Respectivul termen se prelungește cu două luni la inițiativa Parlamentului European sau a Consiliului.

Articolul 29
Procedura comitetului

- (1) Comisia este asistată de un comitet. Respectivul comitet reprezintă un comitet în înțelesul Regulamentului (UE) nr. 182/2011.
- (2) În cazul în care se face trimitere la prezentul alineat, se aplică articolul 5 din Regulamentul (UE) nr. 182/2011.

Articolul 30
Intrarea în vigoare și aplicarea

- (1) Prezentul regulament intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.
- (2) Acesta se aplică de la ... [18 luni de la data intrării în vigoare a prezentului regulament]. Cu toate acestea, în domeniul de aplicare al prezentului regulament, articolul 3 și articolul 5 alineatul (1) se aplică de la data intrării sale în vigoare.

Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Strasbourg,

Pentru Parlamentul European
Președinta

Pentru Consiliu
Președintele