



Βρυξέλλες, 13 Δεκεμβρίου 2022
(OR. en)

Διοργανικός φάκελος:
2021/0381(COD)

16013/1/22
REV 1

AG 159
COMPET 1027
INST 460
PE 154
DATAPROTECT 360
FREMP 269
CONSOM 338
TELECOM 524
AUDIO 139
MI 937
DISINFO 107
FIN 1356
CODEC 2009

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Αποστολέας: Γενική Γραμματεία του Συμβουλίου

Αποδέκτης: Αντιπροσωπίες

αριθ. προηγ. εγγρ.: 15669/22

Αριθ. εγγρ. Επιτρ.: 14374/21 + COR 1 + COR 1 REV 1; + ADD 1 + COR 1 + ADD 1 COR 1
REV 1; + ADD 2 to 4 - COM(2021) 731 final

Θέμα: Πρόταση ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ σχετικά με τη διαφάνεια και τη στόχευση της πολιτικής
διαφήμισης
– Γενική προσέγγιση

Επισυνάπτεται για τις αντιπροσωπίες, στο παράρτημα του παρόντος σημειώματος, το κείμενο της γενικής προσέγγισης που συμφωνήθηκε από το Συμβούλιο Γενικών Υποθέσεων κατά τη σύνοδό του στις 13 Δεκεμβρίου 2022.

Πρόταση

**ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ
σχετικά με τη διαφάνεια και τη στόχευση της πολιτικής διαφήμισης**

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,

Έχοντας υπόψη τη Συνθήκη για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ιδίως τα άρθρα 16 και 114,

Έχοντας υπόψη την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής,

Μετά από διαβίβαση του σχεδίου νομοθετικής πράξης στα εθνικά κοινοβούλια,

Έχοντας υπόψη τη γνώμη της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής¹,

Έχοντας υπόψη τη γνώμη της Επιτροπής των Περιφερειών²,

Αποφασίζοντας σύμφωνα με τη συνήθη νομοθετική διαδικασία,

¹ ΕΕ C της , σ. .

² ΕΕ C της , σ. .

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

- (1) Η προσφορά και η ζήτηση για πολιτική διαφήμιση αυξάνονται και αποκτούν ολοένα και περισσότερο διασυνοριακό χαρακτήρα. Ένας μεγάλος, διαφοροποιημένος και αυξανόμενος αριθμός υπηρεσιών συνδέεται με την εν λόγω δραστηριότητα, όπως τα γραφεία παροχής πολιτικών συμβουλών, τα διαφημιστικά γραφεία, οι πλατφόρμες «ad tech», οι εταιρείες δημοσίων σχέσεων, οι παράγοντες επιρροής και διάφοροι φορείς ανάλυσης δεδομένων και μεσιτείας. Η πολιτική διαφήμιση μπορεί να λάβει πολλές μορφές, όπως περιεχόμενο επί πληρωμή, αποτελέσματα αναζήτησης με χορηγία, στοχευμένα μηνύματα επί πληρωμή, προώθηση κατατάξεων, προώθηση για κάτι ή κάποιον που ενσωματώνεται σε περιεχόμενο, όπως τοποθέτηση προϊόντος, παράγοντες επιρροής και άλλες καταχωρίσεις. Οι σχετικές δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, τη διάδοση πολιτικής διαφήμισης κατόπιν αιτήματος χορηγού ή τη δημοσίευση περιεχομένου έναντι πληρωμής.
- (2) Η πολιτική διαφήμιση μπορεί να διαδοθεί ή να δημοσιευθεί με διάφορα μέσα και μέσα ενημέρωσης σε διασυνοριακό επίπεδο. Μπορεί να διαδοθεί ή να δημοσιευθεί μέσω παραδοσιακών μέσων εκτός διαδικτύου, όπως εφημερίδες, τηλεόραση και ραδιόφωνο, καθώς και όλο και περισσότερο μέσω επιγραμμικών πλατφορμών, δικτυακών τόπων, εφαρμογών για φορητές συσκευές, παιχνιδιών υπολογιστή και άλλων ψηφιακών διεπαφών. Τα τελευταία όχι μόνο τείνουν ιδίως να προσφέρονται σε διασυνοριακό επίπεδο, αλλά δημιουργούν επίσης νέες και δύσκολες ρυθμιστικές προκλήσεις και προκλήσεις επιβολής. Η χρήση της επιγραμμικής πολιτικής διαφήμισης αυξάνεται σημαντικά και ορισμένες γραμμικές μη επιγραμμικές μορφές πολιτικής διαφήμισης, όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, προσφέρονται επίσης επιγραμμικά ως κατά παραγγελία υπηρεσίες. Οι εκστρατείες πολιτικής διαφήμισης οργανώνονται συνήθως με σκοπό τη χρήση διαφόρων μέσων και μορφών.
- (3) Δεδομένου ότι παρέχεται συνήθως έναντι αμοιβής, **η οποία μπορεί να περιλαμβάνει παροχή σε είδος**, η διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένης της πολιτικής διαφήμισης, συνιστά δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών δυνάμει του άρθρου 57 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (στο εξής: ΣΛΕΕ). Στη δήλωση αριθ. 22, σχετικά με τα άτομα με αναπηρία, που προσαρτάται στη Συνθήκη του Άμστερνταμ, η διάσκεψη των αντιπροσώπων των κυβερνήσεων των κρατών μελών συμφώνησε ότι, κατά την εκπόνηση μέτρων στο πλαίσιο του άρθρου 114 της ΣΛΕΕ, τα θεσμικά όργανα της Ένωσης πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες των ατόμων με αναπηρίες.

- (4) Η ανάγκη διασφάλισης της διαφάνειας αποτελεί θεμιτό δημόσιο στόχο, σύμφωνα με τις κοινές αξίες της ΕΕ και των κρατών μελών της σύμφωνα με το άρθρο 2 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση (στο εξής: ΣΕΕ). Δεν είναι πάντα εύκολο για τους πολίτες να αναγνωρίζουν τις πολιτικές διαφημίσεις και να ασκούν τα δημοκρατικά τους δικαιώματα με ενημερωμένο τρόπο. **Η αυξανόμενη πολυπλοκότητα της παραπληροφόρησης, η διαφοροποίηση των παραγόντων, η ταχεία εξέλιξη των νέων τεχνολογιών και η εντεινόμενη εξάπλωση των παρεμβάσεων χειραγώγησης αποτελούν σημαντικές προκλήσεις για την Ένωση και τα κράτη μέλη. Η πολιτική διαφήμιση μπορεί να αποτελέσει φορέα παραπληροφόρησης, ιδίως όταν η διαφήμιση δεν αποκαλύπτει τον πολιτικό της χαρακτήρα και όταν είναι στοχευμένη ή ενισχυμένη.** Απαιτείται υψηλό επίπεδο διαφάνειας, μεταξύ άλλων, για τη στήριξη ενός ανοικτού και δίκαιου πολιτικού διαλόγου **με τη διασφάλιση δημοκρατικών πολιτικών εκστρατειών** και ελεύθερων και δίκαιων εκλογών ή δημοψηφισμάτων, καθώς και για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης και των παράνομων παρεμβάσεων, μεταξύ άλλων και από το εξωτερικό. [...]. Η διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης συμβάλλει στο να μπορούν οι ψηφοφόροι να κατανοούν καλύτερα πότε τους παρουσιάζεται πολιτική διαφήμιση, για λογαριασμό ποιων πραγματοποιείται η διαφήμιση και πώς τους απευθύνεται στοχοθετημένα ένας πάροχος διαφημιστικών υπηρεσιών, έτσι ώστε να είναι σε καλύτερη θέση να κάνουν συνειδητές επιλογές.
- (4a) **Ο παρών κανονισμός έχει στόχο να διασφαλίσει ότι η πολιτική διαφήμιση παρέχεται με πλήρη σεβασμό των θεμελιωδών δικαιωμάτων, συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των δικαιωμάτων προστασίας των δεδομένων.**

- (5) Στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης **γίνεται συχνή χρήση** τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης **οι οποίες βασίζονται στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, συμπεριλαμβανομένων των παρατηρούμενων και συναγόμενων δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, όπως δεδομένα που αποκαλύπτουν πολιτικές απόψεις και άλλες ειδικές κατηγορίες δεδομένων [...].** Ως τεχνικές στόχευσης [...] θα πρέπει να νοούνται οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την κατεύθυνση [...] πολιτικής διαφήμισης μόνο προς συγκεκριμένο πρόσωπο ή προς ομάδα προσώπων, **συνήθως με προσαρμοσμένο[...]περιεχόμενο, με βάση την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ανεξάρτητα από τον τρόπο με τον οποίο αποκτήθηκαν τα δεδομένα αυτά. Οι τεχνικές ενίσχυσης, οι οποίες περιλαμβάνουν ευρύ φάσμα τεχνικών βελτιστοποίησης και παρουσίας διαφημίσεων, αποσκοπούν [...]**στην αύξηση της κυκλοφορίας, της εμβέλειας ή της προβολής μιας πολιτικής διαφήμισης με βάση την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ανεξάρτητα από τον τρόπο με τον οποίο αποκτήθηκαν τα δεδομένα αυτά. Δεδομένης της ισχύος και της πιθανότητας κατάχρησης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα [...] **μέσω** της στόχευσης, μεταξύ άλλων μέσω μικροστόχευσης και άλλων προηγμένων τεχνικών, οι τεχνικές αυτές ενδέχεται να συνιστούν ιδιαίτερες απειλές για νόμιμα δημόσια συμφέροντα, όπως η δικαιοσύνη, οι ίσες ευκαιρίες και η διαφάνεια στην εκλογική διαδικασία, καθώς και το θεμελιώδες δικαίωμα της ενημέρωσης με αντικειμενικό, διαφανή και πλουραλιστικό τρόπο.
- (6) Η πολιτική διαφήμιση ρυθμίζεται επί του παρόντος ανομοιογενώς στα κράτη μέλη, και σε πολλές περιπτώσεις τείνει να επικεντρώνεται σε παραδοσιακές μορφές μέσων ενημέρωσης. Υπάρχουν ειδικοί περιορισμοί, μεταξύ άλλων, όσον αφορά τη διασυνοριακή παροχή [...] υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης. Ορισμένα κράτη μέλη απαγορεύουν στους παρόχους υπηρεσιών της ΕΕ που είναι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη να παρέχουν υπηρεσίες πολιτικού χαρακτήρα ή πολιτικού σκοπού κατά τη διάρκεια των εκλογικών περιόδων. Ταυτόχρονα, σε ορισμένα κράτη μέλη είναι πιθανό να υπάρχουν ελλείψεις και νομικά κενά στις διατάξεις της εθνικής νομοθεσίας, με αποτέλεσμα η πολιτική διαφήμιση να διαδίδεται μερικές φορές χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι σχετικοί εθνικοί κανόνες, και, ως εκ τούτου, να υπάρχει κίνδυνος υπονόμησης του στόχου της ρύθμισης της διαφάνειας για την πολιτική διαφήμιση.
- (7) Για την ενίσχυση της διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης, μεταξύ άλλων για την αντιμετώπιση των ανησυχιών των πολιτών, ορισμένα κράτη μέλη έχουν ήδη διερευνήσει ή εξετάζουν το ενδεχόμενο λήψης πρόσθετων μέτρων ώστε να εξασφαλίσουν τη διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης και να στηρίξουν έναν δίκαιο πολιτικό διάλογο και ελεύθερες και δίκαιες εκλογές ή δημοψηφίσματα. Τα εν λόγω εθνικά μέτρα λαμβάνονται ιδίως υπόψη για τη διαφήμιση που δημοσιεύεται και διαδίδεται στο διαδίκτυο και μπορεί να περιλαμβάνουν και άλλες απαγορεύσεις. Τα μέτρα αυτά ποικίλλουν από ήπια έως δεσμευτικά μέτρα και συνεπάγονται διαφορετικά στοιχεία διαφάνειας.

- (8) Η κατάσταση αυτή οδηγεί στον κατακερματισμό της εσωτερικής αγοράς, μειώνει την ασφάλεια δικαίου για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που προετοιμάζουν, τοποθετούν, **προωθούν**, δημοσιεύουν ή διαδίδουν πολιτικές διαφημίσεις, δημιουργεί φραγμούς στην ελεύθερη κυκλοφορία των συναφών υπηρεσιών, στρεβλώνει τον ανταγωνισμό στην εσωτερική αγορά, μεταξύ άλλων μεταξύ παρόχων μη επιγραμμικών και επιγραμμικών υπηρεσιών, και απαιτεί σύνθετες προσπάθειες συμμόρφωσης και πρόσθετο κόστος για τους σχετικούς παρόχους υπηρεσιών.
- (9) Στο πλαίσιο αυτό, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ενδέχεται να αποθαρρυνθούν από την παροχή των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε διασυνοριακές καταστάσεις. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις και τις ΜΜΕ, οι οποίες συχνά δεν διαθέτουν τους πόρους για να απορροφήσουν ή να μετακυλίσουν το υψηλό κόστος συμμόρφωσης που συνδέεται με την προετοιμασία, την τοποθέτηση, **την προώθηση**, τη δημοσίευση ή τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη. Αυτό περιορίζει τη διαθεσιμότητα υπηρεσιών και επηρεάζει αρνητικά τη δυνατότητα των παρόχων υπηρεσιών να καινοτομούν και να προσφέρουν πολυμεσικές και πολυεθνικές εκστρατείες εντός της εσωτερικής αγοράς.
- (10) Ως εκ τούτου, θα πρέπει να διασφαλιστεί ένα συνεκτικό και υψηλό επίπεδο διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης σε ολόκληρη την Ένωση όταν παρέχονται υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, ενώ θα πρέπει να αποτρέπονται οι αποκλίσεις που εμποδίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία των συναφών υπηρεσιών εντός της εσωτερικής αγοράς, με τη θέσπιση ενιαίων υποχρεώσεων διαφάνειας για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που εγγυώνται την ομοιόμορφη προστασία των δικαιωμάτων των προσώπων και τον έλεγχο σε ολόκληρη την εσωτερική αγορά βάσει του άρθρου 114 της ΣΛΕΕ.
- (11) Τα κράτη μέλη δεν θα πρέπει να διατηρούν ούτε να εισάγουν στο εθνικό τους δίκαιο διατάξεις **σχετικά με τη διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης που** παρεκκλίνουν από αυτές που καθορίζονται στον παρόντα κανονισμό, ιδιαίτερα περισσότερο ή λιγότερο αυστηρές διατάξεις για την εξασφάλιση διαφορετικού επιπέδου διαφάνειας στην πολιτική διαφήμιση. Η πλήρης εναρμόνιση των απαιτήσεων διαφάνειας που συνδέονται με την πολιτική διαφήμιση αυξάνει την ασφάλεια δικαίου και μειώνει τον κατακερματισμό των υποχρεώσεων που βαρύνουν τους παρόχους υπηρεσιών στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης.

- (12) Η πλήρης εναρμόνιση των απαιτήσεων διαφάνειας δεν θα πρέπει να θίγει την ελευθερία των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να παρέχουν σε εθελοντική βάση περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με την πολιτική διαφήμιση, *για παράδειγμα, την αναλογία κλικ προς αριθμό εμφανίσεων για συγκεκριμένη επιγραμμική πολιτική διαφήμιση*, ως μέρος της ελευθερίας έκφρασης *και πληροφόρησης* που προστατεύεται δυνάμει του άρθρου 11 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων.
- (13) Ο παρών κανονισμός *περιορίζεται στην εναρμόνιση των κανόνων για τη διαφάνεια, τη στόχευση και την ενίσχυση της πολιτικής διαφήμισης. Δεν [...] [...] επηρεάζει ούτε το [...] περιεχόμενο των πολιτικών διαφημίσεων [...] ούτε τους κανόνες της Ένωσης ή των κρατών μελών που ρυθμίζουν πτυχές σχετικές με την πολιτική διαφήμιση άλλες από όσες καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό. Ως εκ τούτου, ο παρών κανονισμός δεν αλλάζει τους κανόνες που ρυθμίζουν τη διεξαγωγή και τη χρηματοδότηση πολιτικών εκστρατειών, συμπεριλαμβανομένων των γενικών απαγορεύσεων ή περιορισμών της πολιτικής διαφήμισης στη διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων, των λεγόμενων περιόδων εκλογικής σιωπής, των δωρεών από επιμέρους δωρητές των εκστρατειών ή των απαγορεύσεων σχετικά με τη χρήση εμπορικής διαφήμισης για σκοπούς εκλογικών εκστρατειών[...]·[...]*
- (13a) *Οι ειδικές ανάγκες των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την εφαρμογή και την επιβολή του παρόντος κανονισμού, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας. Η έννοια των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων θα πρέπει να νοείται κατά το άρθρο 3 παράγραφοι 1 έως 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ.*

- (14) Ο κανονισμός θα πρέπει να προβλέπει εναρμονισμένες απαιτήσεις διαφάνειας που θα ισχύουν για τους οικονομικούς παράγοντες που παρέχουν πολιτική διαφήμιση και συναφείς υπηρεσίες, δηλαδή δραστηριότητες που κανονικά παρέχονται έναντι αμοιβής, **η οποία μπορεί να περιλαμβάνει παροχή σε είδος**. Οι υπηρεσίες αυτές συνίστανται ιδίως στην προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση και διάδοση πολιτικών **διαφημίσεων**[...]. Οι κανόνες του παρόντος κανονισμού που προβλέπουν υψηλό επίπεδο διαφάνειας των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης βασίζονται στο άρθρο 114 της ΣΛΕΕ. Ο παρών κανονισμός θα πρέπει επίσης να αφορά τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της [...] πολιτικής διαφήμισης που **βασίζονται στην** [...] επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, **ανεξαρτήτως αν η πολιτική διαφήμιση περιλαμβάνει υπηρεσία**. Οι κανόνες του παρόντος κανονισμού που αφορούν τη χρήση στόχευσης και ενίσχυσης βασίζονται στο άρθρο 16 της ΣΛΕΕ. Η πολιτική διαφήμιση που απευθύνεται σε μεμονωμένα άτομα σε ένα κράτος μέλος θα πρέπει να περιλαμβάνει διαφήμιση που προετοιμάζεται, τοποθετείται, **προωθείται**, [...] δημοσιεύεται **ή διαδίδεται** εξ ολοκλήρου από παρόχους υπηρεσιών που είναι εγκατεστημένοι εκτός της Ένωσης αλλά διαδίδεται σε μεμονωμένα άτομα εντός της Ένωσης. Για να καθορισθεί αν μια πολιτική διαφήμιση απευθύνεται σε μεμονωμένα άτομα σε ένα κράτος μέλος, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι παράμετροι που τη συνδέουν με το εν λόγω κράτος μέλος, συμπεριλαμβανομένων της γλώσσας, του πλαισίου, του στόχου της διαφήμισης και των μέσων διάδοσής της.
- (14a) Οι ιδιαιτερότητες του μέσου δημοσίευσης ή διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού, ιδίως για την προσαρμογή των ρυθμίσεων για την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τις εφημερίδες, ανάλογα με την περίπτωση, σε συμμόρφωση με το δίκαιο της ΕΕ.**
- (15) Δεν υπάρχει ορισμός της πολιτικής διαφήμισης σε επίπεδο Ένωσης. Απαιτείται κοινός ορισμός για τον καθορισμό του πεδίου εφαρμογής των εναρμονισμένων υποχρεώσεων διαφάνειας και των κανόνων για τη στόχευση και την ενίσχυση. Ο ορισμός αυτός θα πρέπει να καλύπτει τις πολλές μορφές που μπορεί να λάβει η πολιτική διαφήμιση και κάθε μέσο και τρόπο δημοσίευσης ή διάδοσης εντός της Ένωσης, ανεξάρτητα από το αν η πηγή βρίσκεται εντός της Ένωσης ή σε τρίτη χώρα.

- (16) Ο ορισμός της πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να περιλαμβάνει τη διαφήμιση που *προετοιμάζεται, τοποθετείται, προωθείται*, δημοσιεύεται ή διαδίδεται άμεσα ή έμμεσα από ή για πολιτικό παράγοντα ή για λογαριασμό του. *Η πολιτική διαφήμιση βρίσκεται συνήθως άμεσα ή έμμεσα υπό τον έλεγχο ενός χορηγού, ο οποίος θα μπορούσε να είναι πολιτικός παράγοντας και ο οποίος θα μπορούσε ιδίως να καθορίσει τον πολιτικό χαρακτήρα, το περιεχόμενο ή τη δημοσίευση της πολιτικής διαφήμισης που προετοιμάζεται, τοποθετείται, προωθείται, δημοσιεύεται ή διαδίδεται. Μερικές φορές, μια άλλη οντότητα μπορεί τελικά να ασκεί αποτελεσματικό έλεγχο στη σχετική διαδικασία λήψης αποφάσεων του χορηγού, παρέχοντας χρηματοδότηση ή μέσω άλλων μορφών ελέγχου, συμπεριλαμβανομένου του εταιρικού ελέγχου. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να διασφαλιστεί ότι τα πρότυπα διαφάνειας που προβλέπονται από τον παρόντα κανονισμό καλύπτουν τέτοιες καταστάσεις.* Δεδομένου ότι οι διαφημίσεις από ή για πολιτικό παράγοντα ή για λογαριασμό του δεν μπορούν να αποσπαστούν από τη δράση του στο πλαίσιο του ρόλου του ως πολιτικού παράγοντα, μπορεί να θεωρηθεί ότι ενδέχεται να επηρεάσουν τον πολιτικό διάλογο, με εξαίρεση τα μηνύματα καθαρά ιδιωτικού ή καθαρά εμπορικού χαρακτήρα. *Για να καθοριστεί ότι ένα μήνυμα έχει καθαρά ιδιωτικό ή καθαρά εμπορικό χαρακτήρα, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι σχετικοί παράγοντες, όπως το περιεχόμενό του, η γλώσσα που χρησιμοποιείται για τη μεταφορά του, το πλαίσιο εντός του οποίου μεταφέρεται, συμπεριλαμβανομένης της περιόδου διάδοσής του, ο στόχος του και τα μέσα με τα οποία προωθείται, τα οποία δημοσιεύονται ή διαδίδονται και το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Μηνύματα για πολιτικό παράγοντα ή για λογαριασμό του τα οποία προωθούνται, δημοσιεύονται ή διαδίδονται σε δυννητικά απεριόριστο αριθμό τρίτων μερών δεν θα πρέπει να θεωρούνται καθαρά ιδιωτικά.*

- (17) Η **προώθηση**, δημοσίευση ή η διάδοση από άλλους παράγοντες ενός μηνύματος που ενδέχεται **και έχει σχεδιαστεί με σκοπό** να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, **ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία ή** νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας [...] [...]σε **ενωσιακό, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο ή σε επίπεδο πολιτικού κόμματος**, θα πρέπει επίσης να συνιστά πολιτική διαφήμιση. **Θα πρέπει να υφίσταται σαφής και ουσιώδης σύνδεσμος μεταξύ του μηνύματος και της δυνατότητας να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία.** Προκειμένου να διαπιστωθεί η **ύπαρξη τέτοιου συνδέσμου**, [...]θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλες οι σχετικές παράμετροι, όπως ο **χορηγός του μηνύματος, το** περιεχόμενο του μηνύματος, η γλώσσα που χρησιμοποιείται για τη μετάδοση του μηνύματος, το πλαίσιο στο οποίο μεταφέρεται το μήνυμα, **συμπεριλαμβανομένης της περιόδου διάδοσης, όπως μια εκλογική περίοδος, ο** στόχος του μηνύματος, [...]τα μέσα με τα οποία **προωθείται**, δημοσιεύεται ή διαδίδεται το μήνυμα, **καθώς και το στοχευόμενο κοινό.** Τα μηνύματα σχετικά με κοινωνικά ή αμφιλεγόμενα ζητήματα (**οι λεγόμενες «θεματικές διαφημίσεις»**) μπορεί να ενδέχεται [...] **και να έχουν σχεδιαστεί με σκοπό** να επηρεάσουν το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία.
- (18) **Προς το συμφέρον της αποτελεσματικής επικοινωνίας με το ευρύ κοινό, η δημόσια επικοινωνία εκ μέρους οποιασδήποτε δημόσιας αρχής κράτους μέλους ή για λογαριασμό της, συμπεριλαμβανομένων των μελών της κυβέρνησης, για παράδειγμα ανακοινωθέντα ή συνεντεύξεις Τύπου που ανακοινώνουν νομοθετικές ή κανονιστικές πρωτοβουλίες και εξηγούν την επιλογή πολιτικής στην οποία βασίζονται τέτοιες πρωτοβουλίες, δεν θα πρέπει να συνιστά πολιτική διαφήμιση, υπό τον όρο ότι δεν έχει σχεδιαστεί με σκοπό να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, τη συμπεριφορά κατά την ψηφοφορία ή νομοθετική ή κανονιστική διαδικασία.** Παρομοίως, οι πρακτικές πληροφορίες από επίσημες πηγές **των κρατών μελών ή της Ένωσης, που αφορούν αποκλειστικά** την οργάνωση και τις λεπτομέρειες συμμετοχής σε εκλογές ή δημοψηφίσματα, **συμπεριλαμβανομένων των υποψηφιοτήτων ή του ερωτήματος που τίθεται σε δημοψήφισμα,** θα πρέπει επίσης να μην συνιστούν πολιτική διαφήμιση.

- (18a) *Ο παρών κανονισμός δεν θα πρέπει να εφαρμόζεται όταν ένας συγκεκριμένος δημόσιος χώρος για την παρουσίαση των υποψηφίων προβλέπεται ρητά από τον νόμο και προσφέρεται δωρεάν, για παράδειγμα με τη διάθεση χώρου για την εν λόγω παρουσίαση στους δήμους και σε άλλους δημόσιους χώρους ή συγκεκριμένου χρόνου μετάδοσης στην τηλεόραση, όταν αυτό γίνεται με δίκαιο και αμερόληπτο τρόπο, βάσει διαφανών και αντικειμενικών κριτηρίων.*
- (19) Οι πολιτικές *απόψεις*[...] που εκφράζονται, *υπό συντακτική ευθύνη, σε οποιοδήποτε μέσο ενημέρωσης, μεταξύ άλλων αλλά όχι αποκλειστικά* στα προγράμματα *υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων υπό την έννοια του άρθρου 1 παράγραφος 1 στοιχείο α) της οδηγίας 2010/13/ΕΕ, σε γραμμικές και μη γραμμικές ραδιοφωνικές εκπομπές*[...], [...] δημοσιεύονται σε έντυπα *ή επιγραμμικά* μέσα ενημέρωσης, *εκτός αν προβλέπεται συγκεκριμένη αμοιβή για την εκφρασθείσα πολιτική άποψη ή σε σχέση με αυτήν* [...] δεν θα πρέπει να καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό.
- (20) Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ως εκλογές νοούνται οι εκλογές για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, καθώς και όλες οι εκλογές ή τα δημοψηφίσματα που διοργανώνονται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο στα κράτη μέλη και οι εκλογές για τον καθορισμό της ηγεσίας των πολιτικών κομμάτων. Δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει άλλες μορφές εκλογών, όπως *επαγγελματικές ή* ιδιωτικά οργανωμένες ψηφοφορίες.
- (21) Είναι αναγκαίο να οριστεί οποιοδήποτε πολιτικό διαφημιστικό μήνυμα ως περίπτωση πολιτικής διαφήμισης. Οι διαφημίσεις περιλαμβάνουν τα μέσα με τα οποία μεταδίδεται το διαφημιστικό μήνυμα, μεταξύ άλλων σε έντυπη μορφή, από ραδιοτηλεοπτικά μέσα ή μέσω υπηρεσίας επιγραμμικών πλατφορμών.
- (22) Οι πολιτικοί παράγοντες κατά την έννοια του παρόντος κανονισμού θα πρέπει να ορίζονται με βάση τις έννοιες που προβλέπονται στο δίκαιο της Ένωσης, καθώς και στο εθνικό δίκαιο σύμφωνα με διεθνείς νομικές πράξεις, όπως αυτές του Συμβουλίου της Ευρώπης. Η έννοια των πολιτικών [...] *παραγόντων* θα πρέπει να περιλαμβάνει [...] τις συνδεδεμένες και θυγατρικές οντότητες *ενός πολιτικού κόμματος* που έχουν συσταθεί, με ή χωρίς νομική προσωπικότητα, με σκοπό την υποστήριξη [...] *του* ή την επιδίωξη των στόχων [...] *του*, για παράδειγμα μέσω της προσέγγισης συγκεκριμένης ομάδας ψηφοφόρων ή για συγκεκριμένο εκλογικό σκοπό.

- (23) Η έννοια των πολιτικών παραγόντων θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει *υποψηφίους ή κατόχους οποιουδήποτε αιρετού αξιώματος*, [...], [...] [...] και μέλη των κυβερνήσεων των κρατών μελών σε [...] εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο *ή ενός ευρωπαϊκού θεσμικού οργάνου, με εξαίρεση το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Ελεγκτικό Συνέδριο*. [...].
- (24) Η διαφημιστική εκστρατεία θα πρέπει να αναφέρεται στην προετοιμασία, *την τοποθέτηση, την προώθηση*, τη δημοσίευση και τη διάδοση σειράς συνδεδεμένων διαφημίσεων στο πλαίσιο σύμβασης για πολιτική διαφήμιση, βάσει κοινής προετοιμασίας, χορηγίας και χρηματοδότησης. [...].
- (25) Ο ορισμός της πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να επηρεάζει τους εθνικούς ορισμούς του πολιτικού κόμματος, των πολιτικών στόχων ή των εκστρατειών, *ούτε να αλλάζει ή να θίγει τους κανόνες των εκστρατειών* [...] σε εθνικό επίπεδο.
- (25a) *Ο ορισμός του πολιτικού παράγοντα δεν θίγει τους εθνικούς κανόνες σχετικά με το ποιος μπορεί να διεξαγάγει πολιτική εκστρατεία και δεν θα πρέπει να υποχρεώνει τα κράτη μέλη να καθορίζουν τέτοιους κανόνες.*
- (26) Προκειμένου να καλυφθεί το ευρύ φάσμα των σχετικών παρόχων υπηρεσιών που συνδέονται με υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να θεωρείται ότι περιλαμβάνουν παρόχους που συμμετέχουν στην προετοιμασία, την τοποθέτηση, την προώθηση, τη δημοσίευση *ή* [...] τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων [...]. *Οι πάροχοι αμιγώς επικουρικών υπηρεσιών σε σχέση με τις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να εμπίπτουν στην έννοια των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης όπως αυτή ορίζεται στον παρόντα κανονισμό. Οι επικουρικές υπηρεσίες είναι υπηρεσίες που συνήθως εξαρτώνται από υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης και την συμπληρώνουν, αλλά δεν έχουν άμεση επιρροή στο περιεχόμενο ή την παρουσίαση της πολιτικής διαφήμισης, ούτε άμεσο έλεγχο της προετοιμασίας, της τοποθέτησης, της προώθησης, της δημοσίευσης ή της διάδοσής της. Στις υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνονται, για παράδειγμα, οι ταχυδρομικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες εκτύπωσης, ο γραφικός, ηχητικός ή φωτογραφικός σχεδιασμός, οι υπηρεσίες «απλής μετάδοσης», «προσωρινής αποθήκευσης» και «νεφοϋπολογιστικής», κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2022/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].*

- (26α) *Ως εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να νοούνται οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, συνήθως στο τέλος της αλυσίδας των παρόχων υπηρεσιών, οι οποίοι δημοσιεύουν και διαδίδουν πολιτικές διαφημίσεις μέσω ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης, καθιστώντας τες διαθέσιμες στο κοινό μέσω διεπαφής ή κατ' άλλον τρόπο.*
- (26β) *Ως χορηγός θα πρέπει να νοείται το άτομο ή η οντότητα για λογαριασμό του οποίου ή της οποίας προετοιμάζεται, τοποθετείται, προωθείται, δημοσιεύεται ή διαδίδεται μια πολιτική διαφήμιση, για παράδειγμα ένας υποψήφιος σε εκλογές, εγγεγραμμένος τρίτος ή ένα πολιτικό κόμμα, και ο οποίος είναι κανονικά το πρόσωπο ή η οντότητα που προσφέρει αμοιβή με αντάλλαγμα υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης.*
- (27) Η έννοια της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει μηνύματα που μοιράζονται μεμονωμένα άτομα υπό την καθαρά προσωπική τους ιδιότητα. **Ωστόσο, τα μεμονωμένα άτομα δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι ενεργούν υπό την προσωπική τους ιδιότητα εάν δημοσιεύουν μηνύματα η διάδοση ή δημοσίευση των οποίων αμείβεται από [...]***τρίτον.*
- (28) Μόλις *ο χορηγός δηλώσει ότι μια διαφήμιση [...]* [...] είναι [...] πολιτική διαφήμιση [...], αυτό θα πρέπει να επισημαίνεται σαφώς σε άλλους παρόχους υπηρεσιών που συμμετέχουν στις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης. **Ο χορηγός θα πρέπει να προβαίνει στη δήλωση αυτή με ειλικρίνεια.** Επιπλέον, μετά τον χαρακτηρισμό μιας [...] **διαφήμισης [...]** ως πολιτικής διαφήμισης [...], η περαιτέρω διάδοσή της θα πρέπει να συνεχίσει να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις διαφάνειας. Για παράδειγμα, όταν **η πολιτική διαφήμιση, όπως ορίζεται στον παρόντα κανονισμό, [...]** κοινοποιείται οργανικά, η διαφήμιση θα πρέπει να συνεχίσει να χαρακτηρίζεται ως πολιτική διαφήμιση. **Στο πλαίσιο σύμβασης, η παράλειψη καλόπιστης δράσης θα πρέπει να συνεπάγεται συμβατική ευθύνη.**

- (28α) *Δεδομένης της σημασίας της διασφάλισης, ιδίως, της αποτελεσματικότητας των απαιτήσεων διαφάνειας, οι χορηγοί και οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που ενεργούν για λογαριασμό των χορηγών θα πρέπει να διαβιβάζουν καλόπιστα τις σχετικές πληροφορίες με πλήρη και ακριβή τρόπο, και χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, ώστε να καθίσταται δυνατό για τους άλλους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που βρίσκονται στην αλυσίδα παρόχων υπηρεσιών να συμμορφώνονται με τον παρόντα κανονισμό. Όταν ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης είναι ο μοναδικός πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, ο χορηγός θα πρέπει να κοινοποιεί τις πληροφορίες αυτές στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης. Σε περίπτωση προδήλως εσφαλμένης δήλωσης ή πληροφορίας, οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών θα πρέπει να ζητούν από τους χορηγούς και τους παρόχους διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργούν για λογαριασμό χορηγών να διορθώσουν τη δήλωσή τους.*
- (28β) *Μια δήλωση ή μια πληροφορία θα πρέπει να θεωρείται προδήλως εσφαλμένη εάν αυτό προκύπτει εμφανώς από το περιεχόμενο της διαφήμισης, την ταυτότητα του χορηγού ή το πλαίσιο εντός του οποίου παρέχεται η σχετική υπηρεσία, και εάν δεν έχουν πραγματοποιηθεί περαιτέρω επαληθεύσεις ή εργασίες διαπίστωσης γεγονότων.*
- (29) Οι κανόνες περί διαφάνειας που θεσπίζονται στον παρόντα κανονισμό θα πρέπει να εφαρμόζονται μόνο στις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, δηλαδή στην πολιτική διαφήμιση που παρέχεται συνήθως έναντι αμοιβής, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει παροχή σε είδος. Οι απαιτήσεις διαφάνειας δεν θα πρέπει να ισχύουν για περιεχόμενο που μεταφορτώνεται από χρήστη μιας επιγραμμικής ενδιάμεσης υπηρεσίας, όπως μια επιγραμμική πλατφόρμα, και διαδίδεται από την επιγραμμική ενδιάμεση υπηρεσία χωρίς αντάλλαγμα για την τοποθέτηση, τη δημοσίευση ή τη διάδοση του συγκεκριμένου μηνύματος, εκτός εάν ο χρήστης έχει αμειφθεί από τρίτον για την πολιτική διαφήμιση.
- (30) Επίσης, οι απαιτήσεις διαφάνειας δεν θα πρέπει να ισχύουν για την ανταλλαγή πληροφοριών μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων ή τηλεφωνικών κλήσεων, εφόσον δεν εμπλέκεται υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης.

- (31) Η ελευθερία έκφρασης **και πληροφόρησης**, όπως προστατεύεται από το άρθρο 11 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων, καλύπτει το δικαίωμα του ατόμου να έχει πολιτικές απόψεις, να λαμβάνει και να μεταδίδει πολιτικές πληροφορίες και να ανταλλάσσει πολιτικές ιδέες. Κάθε περιορισμός στην **ελευθερία αυτή** [...] πρέπει να συμμορφώνεται με το άρθρο 52 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων. [...] Η ελευθερία **αυτή** μπορεί να υπόκειται σε διαφοροποιήσεις και περιορισμούς όταν δικαιολογούνται από την επιδίωξη έννομου δημόσιου συμφέροντος και συμμορφώνονται με τις γενικές αρχές του δικαίου της ΕΕ, όπως η αναλογικότητα και η ασφάλεια δικαίου. Αυτό συμβαίνει, μεταξύ άλλων, όταν οι πολιτικές ιδέες μεταδίδονται μέσω των παρόχων διαφημιστικών υπηρεσιών.
- (31α) Ο παρών κανονισμός δεν θα πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την υποχρέωση των κρατών μελών να λαμβάνουν μέτρα κατά παράβαση των θεμελιωδών αρχών που αφορούν την ελευθερία της έκφρασης, ιδίως την ελευθερία του Τύπου και την ελευθερία της έκφρασης σε άλλα μέσα ενημέρωσης, όπως προκύπτουν από συνταγματικές παραδόσεις ή κανόνες που διέπουν τα δικαιώματα και τις ευθύνες, καθώς και τις διαδικαστικές εγγυήσεις, για τον Τύπο ή άλλα μέσα ενημέρωσης, όταν οι κανόνες αυτοί αφορούν τον καθορισμό ή τον περιορισμό της ευθύνης.*
- (32) Όσον αφορά τους επιγραμμικούς ενδιάμεσους, ο κανονισμός (ΕΕ) 2022[...]/XX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] εφαρμόζεται στις πολιτικές διαφημίσεις που δημοσιεύονται ή διαδίδονται από επιγραμμικούς ενδιάμεσους μέσω οριζόντιων κανόνων που εφαρμόζονται σε όλα τα είδη επιγραμμικών διαφημίσεων, συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών και πολιτικών διαφημίσεων. Με βάση τον ορισμό της πολιτικής διαφήμισης που θεσπίζεται στον παρόντα κανονισμό, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί μεγαλύτερος βαθμός λεπτομέρειας των απαιτήσεων διαφάνειας που καθορίζονται για τους εκδότες διαφήμισης που emπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) 2022[...]/XX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], ιδίως τις πολύ μεγάλες **επιγραμμικές** πλατφόρμες. Αυτό αφορά ιδίως πληροφορίες σχετικά με τη χρηματοδότηση πολιτικών διαφημίσεων. Οι απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού δεν θίγουν τις διατάξεις της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, μεταξύ άλλων όσον αφορά τις υποχρεώσεις εκτίμησης και περιορισμού του κινδύνων για τις πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες όσον αφορά τα συστήματα διαφήμισής τους.

- (33) Η προετοιμασία, η τοποθέτηση, η προώθηση, η δημοσίευση και η διάδοση πολιτικών *διαφημίσεων*[...] μπορεί να περιλαμβάνει μια πολύπλοκη αλυσίδα παρόχων υπηρεσιών. Αυτό ισχύει ιδίως όταν η επιλογή του διαφημιστικού περιεχομένου, η επιλογή κριτηρίων στόχευσης *και ενίσχυσης*, η παροχή δεδομένων που χρησιμοποιούνται για τη στόχευση *και ενίσχυση* μιας διαφήμισης, η παροχή τεχνικών στόχευσης *και ενίσχυσης*, η παρουσίαση διαφήμισης και η διάδοσή της μπορούν να ελέγχονται από διαφορετικούς παρόχους υπηρεσιών. Για παράδειγμα, οι αυτοματοποιημένες υπηρεσίες μπορούν να υποστηρίξουν την αντιστοίχιση του προφίλ του χρήστη μιας διεπαφής με το παρεχόμενο διαφημιστικό περιεχόμενο, χρησιμοποιώντας δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται απευθείας από τον χρήστη της υπηρεσίας και από την επιγραμμική συμπεριφορά των χρηστών, καθώς και συναγόμενα δεδομένα.
- (34) Δεδομένης της σημασίας που έχει η διασφάλιση ιδίως της αποτελεσματικότητας των απαιτήσεων διαφάνειας, μεταξύ άλλων για τη διευκόλυνση της εποπτείας τους, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι σχετικές πληροφορίες που συλλέγουν κατά την παροχή των υπηρεσιών τους, συμπεριλαμβανομένης της ένδειξης ότι μια διαφήμιση είναι πολιτική, *είναι πλήρεις και ακριβείς και* παρέχονται στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης που δημοσιοποιεί τη διαφήμιση. Προκειμένου να υποστηριχθεί η αποτελεσματική εφαρμογή της απαίτησης αυτής και η έγκαιρη και ακριβής παροχή των πληροφοριών αυτών, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει *να διαβιβάζουν τις πληροφορίες αυτές ταυτόχρονα με την παροχή της σχετικής υπηρεσίας καθώς και να* εξετάζουν τη δυνατότητα και να υποστηρίζουν την αυτοματοποίηση της μετάδοσης πληροφοριών μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης. *Όταν πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης αντιληφθεί ότι οι πληροφορίες που έχει διαβιβάσει έχουν επικαιροποιηθεί, μεριμνά ώστε οι επικαιροποιημένες αυτές πληροφορίες να κοινοποιούνται στον αρμόδιο εκδότη πολιτικής διαφήμισης.*
- (34a) *Θα πρέπει να θεωρείται ότι οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης αντιλαμβάνονται πως οι πληροφορίες θα πρέπει να επικαιροποιούνται όταν ο χορηγός ή ο πάροχος υπηρεσιών που ενεργεί για λογαριασμό τους ενημερώνει τον πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης για τυχόν σχετική αλλαγή. Ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης μπορεί επίσης να αντιληφθεί την ανάγκη επικαιροποίησης μέσω του μηχανισμού κοινοποίησης που προβλέπεται στον παρόντα κανονισμό.*

- (34β) Σε περίπτωση που πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης[...]αντιληφθούν πρόδηλο σφάλμα, ανακρίβεια ή έλλειψη πληρότητας όσον αφορά τις κοινοποιούμενες πληροφορίες, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να καταβάλουν εύλογες προσπάθειες προκειμένου να διασφαλίσουν ότι το εν λόγω πρόδηλο σφάλμα, ανακρίβεια ή έλλειψη πληρότητας θα διορθωθεί, ιδίως μέσω της επιβεβαίωσης των πληροφοριών που παρέχονται από τον πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, ή κατά περίπτωση από τον ίδιο τον χορηγό. Αυτό δεν θα πρέπει να ισοδυναμεί με γενική υποχρέωση του παρόχου υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να παρακολουθεί την ειλικρίνεια των δηλώσεων σχετικά με τον πολιτικό χαρακτήρα των διαφημίσεων ή να συμμετέχει σε υπερβολικές ή δαπανηρές εργασίες διαπίστωσης γεγονότων. Οι εύλογες προσπάθειες μπορούν επίσης να αποτυπώνονται στις συμβατικές ρυθμίσεις μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και του χορηγού, κατά περίπτωση. Οι συμβατικές ρυθμίσεις μεταξύ παρόχων υπηρεσιών και χορηγών θα πρέπει να επιτρέπουν τη διαβίβαση πληροφοριών μεταξύ του εκδότη και του χορηγού, για παράδειγμα σε περίπτωση ελλειπουσών πληροφοριών ή διακοπής της πολιτικής διαφήμισης.
- (34γ) Στις εύλογες προσπάθειες θα πρέπει να συγκαταλέγονται δέοντα και αντικειμενικά μέτρα, όπως η επικοινωνία με τον οικείο χορηγό ή τον πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, για τη συμπλήρωση ή τη διόρθωση των πληροφοριών. Θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η φύση και η βαρύτητα των εσφαλμένων ή ελλειπουσών πληροφοριών σε σχέση με τις απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού.
- (35) Όταν μια τεχνητή εμπορική ή συμβατική κατασκευή κινδυνεύει να καταστρατηγήσει την αποτελεσματικότητα των υποχρεώσεων διαφάνειας που ορίζονται στον παρόντα[...]κανονισμό, οι υποχρεώσεις αυτές θα πρέπει να ισχύουν για την οντότητα ή τις οντότητες που παρέχουν ουσιαστικά τη διαφημιστική υπηρεσία.
- (36) [...]

- (37) Ενώ προβλέπονται ειδικές απαιτήσεις, καμία από τις υποχρεώσεις που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι επιβάλλει γενική υποχρέωση παρακολούθησης στους παρόχους ενδιάμεσων υπηρεσιών για πολιτικό περιεχόμενο που κοινοποιείται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, ούτε θα πρέπει να θεωρείται ότι επιβάλλει γενική υποχρέωση στους παρόχους ενδιάμεσων υπηρεσιών να λαμβάνουν προληπτικά μέτρα σε σχέση με παράνομο περιεχόμενο ή δραστηριότητες που οι εν λόγω πάροχοι μεταδίδουν ή αποθηκεύουν.
- (38) Η διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να επιτρέπει στους πολίτες να κατανοούν ότι έρχονται αντιμέτωποι με μια πολιτική διαφήμιση. Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να εξασφαλίζουν τη δημοσίευση, **παράλληλα με** [...]κάθε πολιτική διαφήμιση, σαφούς δήλωσης ότι πρόκειται για πολιτική διαφήμιση και της ταυτότητας του χορηγού της. Κατά περίπτωση, το όνομα του χορηγού θα μπορούσε να περιλαμβάνει πολιτικό λογότυπο. **Κάθε πολιτική διαφήμιση, κατά περίπτωση, θα πρέπει να διατίθεται μαζί με δήλωση σύμφωνα με την οποία η πολιτική διαφήμιση είναι στοχευμένη ή ενισχυμένη.** Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να χρησιμοποιούν αποτελεσματική επισήμανση, λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις στη σχετική επιστημονική έρευνα και τις βέλτιστες πρακτικές για την παροχή διαφάνειας μέσω της επισήμανσης της διαφήμισης. **Ο τρόπος παρουσίασης της δήλωσης και του ονόματος του χορηγού μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τα μέσα που χρησιμοποιούνται. Για τις υπηρεσίες ραδιοφωνικής μετάδοσης, δήλωση μπορεί να γίνεται, για παράδειγμα, πριν ή μετά τη μετάδοση. Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης [...] θα πρέπει επίσης να εξασφαλίζουν τη δημοσίευση πληροφοριών, [...] παράλληλα με** κάθε πολιτική διαφήμιση, ώστε να καθίσταται δυνατή η κατανόηση του ευρύτερου πλαισίου της πολιτικής διαφήμισης και των στόχων της, οι οποίες μπορούν είτε να περιλαμβάνονται στην ίδια τη διαφήμιση είτε να παρέχονται από τον εκδότη στον ιστότοπό του, προσβάσιμο μέσω συνδέσμου, **κωδικού ταχείας απόκρισης (κωδικού QR)** ή ισοδύναμης σαφούς και φιλικής προς τον χρήστη αναφοράς που περιλαμβάνεται στη διαφήμιση.

(39) Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να παρέχονται σε ανακοίνωση διαφάνειας η οποία θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει την ταυτότητα του χορηγού και, **κατά περίπτωση, της οντότητας που ελέγχει τελικά τον χορηγό**, προκειμένου να υποστηρίζεται η λογοδοσία στην πολιτική διαδικασία. Θα πρέπει να αναφέρεται σαφώς ο τόπος εγκατάστασης του χορηγού και αν ο χορηγός είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που αφορούν μεμονωμένα άτομα τα οποία εμπλέκονται σε πολιτική διαφήμιση, που δεν σχετίζονται με τον χορηγό ή άλλο εμπλεκόμενο πολιτικό παράγοντα, δεν θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση διαφάνειας. Η ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει επίσης να περιέχει πληροφορίες σχετικά με την περίοδο διάδοσης, τυχόν συνδεδεμένες εκλογές, το ποσό που δαπανήθηκε και την αξία άλλων οφελών που ελήφθησαν εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για τη συγκεκριμένη διαφήμιση, καθώς και για ολόκληρη τη διαφημιστική εκστρατεία, την πηγή των κονδυλίων που χρησιμοποιήθηκαν και άλλες πληροφορίες για τη διασφάλιση της δίκαιης διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης. Οι πληροφορίες σχετικά με την πηγή των κονδυλίων που χρησιμοποιήθηκαν αφορούν, για παράδειγμα, τη δημόσια ή ιδιωτική προέλευσή τους **και** το γεγονός ότι προέρχονται από το εσωτερικό ή το εξωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι πληροφορίες σχετικά με συνδεδεμένες εκλογές ή δημοψηφίσματα θα πρέπει να περιλαμβάνουν, όπου είναι δυνατόν, σύνδεσμο με πληροφορίες από επίσημες πηγές σχετικά με την οργάνωση και τις λεπτομέρειες συμμετοχής ή προώθησης της συμμετοχής στις εν λόγω εκλογές ή δημοψηφίσματα. **Η ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει να είναι αμέσως διαθέσιμη όταν δημοσιεύεται ή διαδίδεται η διαφήμιση, και οι πληροφορίες που παρουσιάζει θα πρέπει να διατηρούνται επικαιροποιημένες, κατά περίπτωση.** Η ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο επισήμανσης των πολιτικών διαφημίσεων σύμφωνα με τη διαδικασία που θεσπίζεται στον παρόντα κανονισμό. Η απαίτηση αυτή δεν θα πρέπει να θίγει τις διατάξεις σχετικά με την κοινοποίηση σύμφωνα με τα άρθρα 14, 15 και 19 του κανονισμού (ΕΕ) 2022[...]XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. **Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για να διασφαλίζουν την πληρότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών.**

- (40) Οι πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει να παρέχονται στην ίδια τη διαφήμιση ή να είναι εύκολα ανακτήσιμες βάσει ένδειξης που παρέχεται στη διαφήμιση. **Η παρουσίαση των πληροφοριών μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τα μέσα που χρησιμοποιούνται. Για την εύκολη ανάκτηση των πληροφοριών στην ανακοίνωση διαφάνειας σε διαφημίσεις εκτός διαδικτύου, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί, για παράδειγμα, ειδικός σύνδεσμος ιστοσελίδας, κωδικός ταχείας απόκρισης (κωδικός QR) ή ισοδύναμα φιλικά προς τον χρήστη τεχνικά μέτρα.** Η απαίτηση ότι οι πληροφορίες σχετικά με την ανακοίνωση διαφάνειας πρέπει να είναι, μεταξύ άλλων, ευδιάκριτες θα πρέπει να συνεπάγεται ότι εμφανίζονται σε περίοπτη θέση μέσα ή μαζί με τη διαφήμιση. Η απαίτηση ότι οι πληροφορίες που δημοσιεύονται στην ανακοίνωση διαφάνειας πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες, μηχαναναγνώσιμες, όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό, και φιλικές προς τον χρήστη, θα πρέπει να συνεπάγεται ότι καλύπτουν τις ανάγκες των ατόμων με αναπηρία. Το παράρτημα I της οδηγίας 2019/882 (ευρωπαϊκή πράξη για την προσβασιμότητα) περιλαμβάνει απαιτήσεις προσβασιμότητας για πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών πληροφοριών που θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για να καταστούν οι πολιτικές πληροφορίες προσβάσιμες για άτομα με αναπηρία.
- (41) Οι ανακοινώσεις διαφάνειας θα πρέπει να σχεδιάζονται έτσι ώστε να ευαισθητοποιούν τους χρήστες και να βοηθούν στον σαφή προσδιορισμό της πολιτικής διαφήμισης ως τέτοιας. Θα πρέπει να σχεδιάζονται έτσι ώστε να διατηρούνται, **όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό**, ή να παραμένουν προσβάσιμες σε περίπτωση που μια πολιτική διαφήμιση διαδοθεί περαιτέρω, για παράδειγμα, αναρτηθεί σε άλλη πλατφόρμα ή διαβιβαστεί μεταξύ μεμονωμένων ατόμων. Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει να δημοσιεύονται όταν αρχίζει η δημοσίευση των πολιτικών διαφημίσεων **και έως ότου παραμείνουν δημοσιευμένες[...]. Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει διατηρούν και, κατόπιν αιτήματος, να καθιστούν διαθέσιμες τις αντίστοιχες ανακοινώσεις διαφάνειας μαζί με τυχόν τροποποιήσεις για περίοδο πέντε ετών μετά την τελευταία δημοσίευση.** Οι διατηρούμενες πληροφορίες θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την πολιτική διαφήμιση που διακόπηκε ή αποσύρθηκε από τον εκδότη. **Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που δεν είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2022/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] θα πρέπει να είναι σε θέση να αποφασίζουν τον μορφότυπο για τη διατήρηση των πληροφοριών αυτών.**

- (42) Δεδομένου ότι οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θέτουν στη διάθεση του κοινού πολιτικές διαφημίσεις, θα πρέπει να δημοσιεύουν ή να διαδίδουν τις εν λόγω πληροφορίες στο κοινό μαζί με τη δημοσίευση ή τη διάδοση της πολιτικής διαφήμισης. **Όταν οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης αντιληφθούν με οποιονδήποτε τρόπο ότι η πολιτική διαφήμιση δεν πληροί τις απαιτήσεις διαφάνειας βάσει του παρόντος κανονισμού, για παράδειγμα μετά από ατομική κοινοποίηση, θα πρέπει να καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για να εκπληρώσουν τις απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού. Όταν οι πληροφορίες δεν μπορούν να συμπληρωθούν [...] ή να διορθωθούν χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να καθιστούν διαθέσιμες τυχόν πολιτικές διαφημίσεις που δεν πληρούν τις απαιτήσεις διαφάνειας δυνάμει του παρόντος κανονισμού, ή θα πρέπει να διακόπτουν τη δημοσίευση ή τη διάδοσή τους στο κοινό. Στην περίπτωση αυτή, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ενημερώνουν τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και, κατά περίπτωση, τον χορηγό σχετικά με τα εύλογα μέτρα που έχουν ληφθεί για την εκπλήρωση των απαιτήσεων του παρόντος κανονισμού. Ο εκδότης θα πρέπει να ενημερώνει τον χορηγό ή τον πάροχο υπηρεσιών που ενεργεί για λογαριασμό του χορηγού εάν η πολιτική διαφήμιση που παρέχει δεν είναι διαθέσιμη ή διακόπτεται.**
- (42α) **Όταν ο χορηγός ή ο πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης αντιληφθούν ότι οι πληροφορίες που μεταδίδονται ή δημοσιεύονται από τον εκδότη πολιτικής διαφήμισης είναι ελλιπείς ή ανακριβείς, θα πρέπει να επικοινωνούν, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, με τον οικείο εκδότη πολιτικής διαφήμισης και, κατά περίπτωση, να διαβιβάζουν πλήρεις ή διορθωμένες πληροφορίες στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης.**
- (42β) **Οι συμβατικές ρυθμίσεις μπορούν να περιλαμβάνουν ρήτρα που θα επιτρέπει τη χρέωση εύλογου τέλους για τα μέτρα που λαμβάνονται για τη διόρθωση ή τη συμπλήρωση των πληροφοριών.**
- (42γ) **Για τη συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις τους βάσει του παρόντος κανονισμού, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ενεργούν με αμεροληψία και λαμβάνοντας δεόντως υπόψη τα θεμελιώδη δικαιώματα και άλλα δικαιώματα και έννομα συμφέροντα. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει ιδίως να λαμβάνουν δεόντως υπόψη την ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης, περιλαμβανομένης της ελευθερίας και της πολυφωνίας των μέσων ενημέρωσης.**

- (42δ) Επιπλέον, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2022[...]/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] θα πρέπει να **εξασφαλίζουν ότι για κάθε πολιτική διαφήμιση [...]** οι πληροφορίες που περιέχονται στην ανακοίνωση διαφάνειας **καθίστανται** διαθέσιμες **αμέσως στα [...]** αποθετήρια διαφημίσεων που δημοσιεύονται σύμφωνα με το άρθρο 39 [...]**του κανονισμού [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να επικαιροποιούνται και να παρέχονται σύμφωνα με συμφωνημένο πρότυπο του κλάδου για την προσβασιμότητα, τη δομή των δεδομένων και την πρόσβαση μέσω κοινής δημοσίως διαθέσιμης διεπαφής προγραμματισμού εφαρμογών. Είναι σκόπιμο να προβλεφθεί μεγαλύτερος βαθμός λεπτομέρειας των απαιτήσεων διαφάνειας που καθορίζονται για τα αποθετήρια που αναφέρονται στο άρθρο 39 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/XX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Αυτό αφορά κυρίως πληροφορίες σχετικά με την απόσυρση πολιτικής διαφήμισης και τον λόγο της απόσυρσής της, ιδίως πληροφορίες σχετικά με περιπτώσεις στις οποίες οι πολιτικές διαφημίσεις έχουν επισημανθεί εσφαλμένα ή έχουν αποτελέσει αντικείμενο παράνομης στόχευσης. Επιπλέον, οι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες μπορούν να δημοσιεύουν άλλες πληροφορίες όσον αφορά την επιρροή των διαφημίσεων, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με την αναλογία κλικ προς αριθμό εμφανίσεων. Άλλοι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ενθαρρύνονται να δημιουργούν παρόμοια αποθετήρια πολιτικών διαφημίσεων.** Αυτό θα διευκολύνει το έργο των ενδιαφερόμενων φορέων, συμπεριλαμβανομένων των ερευνητών, στο πλαίσιο του ειδικού ρόλου τους για τη στήριξη ελεύθερων και δίκαιων εκλογών ή δημοψηφισμάτων και δίκαιων εκλογικών εκστρατειών, μεταξύ άλλων μέσω του ελέγχου των χορηγών πολιτικής διαφήμισης και της ανάλυσης του τοπίου της πολιτικής διαφήμισης.
- (43) Όταν ο πάροχος της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης που φιλοξενεί ή αποθηκεύει με άλλο τρόπο και παρέχει το περιεχόμενο μιας πολιτικής διαφήμισης είναι χωριστός από τον πάροχο της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης που ελέγχει τον δικτυακό τόπο ή άλλη διεπαφή που **παρουσιάζει[...]** τελικά την πολιτική διαφήμιση, οι εν λόγω πάροχοι θα πρέπει να θεωρούνται από κοινού ως εκδότες διαφήμισης, με την αντίστοιχη ευθύνη όσον αφορά τη συγκεκριμένη υπηρεσία που παρέχουν, ώστε να διασφαλίζεται ότι παρέχεται επισήμανση και ότι διατίθενται η ανακοίνωση διαφάνειας και οι σχετικές πληροφορίες. Οι συμβατικές τους ρυθμίσεις θα πρέπει να **καθιστούν δυνατή[...]** τη συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό.

- (44) Οι πληροφορίες σχετικά με τα ποσά που δαπανώνται και την αξία άλλων οφελών που λαμβάνονται εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης μπορούν να συμβάλουν επωφελώς στον πολιτικό διάλογο. Είναι αναγκαίο να εξασφαλιστεί ότι η κατάλληλη επισκόπηση της δραστηριότητας πολιτικής διαφήμισης μπορεί να ληφθεί από τις ετήσιες εκθέσεις που εκπονούν οι σχετικοί **πάροχοι των υπηρεσιών** πολιτικής διαφήμισης[...]. Για τη στήριξη της εποπτείας και της λογοδοσίας, η εν λόγω υποβολή εκθέσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τις δαπάνες για τη στόχευση **ή την ενίσχυση** της πολιτικής διαφήμισης κατά τη σχετική περίοδο, συγκεντρωτικά για την εκστρατεία ή τον υποψήφιο. Για την αποφυγή δυσανάλογων επιβαρύνσεων, οι εν λόγω υποχρεώσεις υποβολής εκθέσεων διαφάνειας δεν θα πρέπει να ισχύουν για τις επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 **παράγραφοι 1 έως [...]**³[...] της οδηγίας 2013/34/ΕΕ.
- (45) Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που παρέχουν υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να θεσπίσουν μηχανισμούς που θα επιτρέπουν σε **φυσικά ή νομικά πρόσωπα** [...] να αναφέρουν σε αυτούς ότι μια συγκεκριμένη πολιτική διαφήμιση την οποία έχουν δημοσιεύσει δεν συμμορφώνεται με τον παρόντα κανονισμό. Οι μηχανισμοί αναφοράς της εν λόγω διαφήμισης θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμοι και εύχρηστοι και να προσαρμόζονται στη μορφή διαφήμισης που διανέμει ο εκδότης της διαφήμισης. Στο μέτρο του δυνατού, οι μηχανισμοί αυτοί θα πρέπει να είναι προσβάσιμοι από την ίδια τη διαφήμιση, για παράδειγμα στον ιστότοπο του εκδότη διαφήμισης. **Όπου είναι αναγκαίο, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να θεσπίζουν τεχνικά μέτρα για τη διασφάλιση ελάχιστων προτύπων ασφάλειας της τεχνολογίας των πληροφοριών, συμπεριλαμβανομένων μέτρων για την προστασία από την αυτοματοποιημένη κοινοποίηση.** Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να μπορούν να βασίζονται σε υφιστάμενους μηχανισμούς, κατά περίπτωση. **Για παράδειγμα, όταν** [...] εκδότες πολιτικής διαφήμισης είναι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών φιλοξενίας κατά την έννοια της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, όσον αφορά τις πολιτικές διαφημίσεις που φιλοξενούνται κατόπιν αιτήματος των αποδεκτών των υπηρεσιών τους, **οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης μπορούν να χρησιμοποιούν τον μηχανισμό κοινοποίησης που έχουν δημιουργήσει βάσει του άρθρου 14 της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες για κοινοποιήσεις σχετικά με τη μη συμμόρφωση διαφημίσεων με τον παρόντα κανονισμό.** [...]

- (45α) Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης μπορούν να ορίζουν ειδικά έντυπα για τους μηχανισμούς κοινοποίησης βάσει του παρόντος κανονισμού, τα οποία απαιτούν τη συμπλήρωση πεδίων δεδομένων, όπως πληροφορίες που επιτρέπουν την ταυτοποίηση της εικαζόμενης μη συμμορφούμενης διαφήμισης, επεξήγηση των λόγων που δικαιολογούν την κοινοποίηση, το όνομα και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του φυσικού ή νομικού προσώπου που υποβάλλει την κοινοποίηση, καθώς και δήλωση που επιβεβαιώνει την καλόπιστη πεποίθηση ότι οι πληροφορίες που περιέχονται σε αυτήν είναι ακριβείς.
- (45β) Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για τη δέουσα και αντικειμενική εξέταση, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, των κοινοποιήσεων που λαμβάνουν σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό. Όταν μια κοινοποίηση περιέχει επαρκείς πληροφορίες που επιτρέπουν σε εκδότη πολιτικής διαφήμισης ο οποίος επιδεικνύει δέουσα επιμέλεια να προσδιορίσει, χωρίς λεπτομερή εξέταση, ότι μια πληροφορία είναι ελλιπής ή ανακριβής, ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να θεωρείται πως έχει αντιληφθεί την ανακρίβεια ή την έλλειψη πληρότητας και θα πρέπει να ενεργεί χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση επικοινωνώντας με τους σχετικούς παρόχους υπηρεσιών και, κατά περίπτωση, με τον χορηγό. Τουλάχιστον κατόπιν αιτήματος, ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ενημερώνει τα πρόσωπα που προέβησαν στην κοινοποίηση σχετικά με τη συνέχεια που δόθηκε σε αυτήν.
- (45γ) Προκειμένου να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα των απαιτήσεων διαφάνειας κατά τη διάρκεια εκλογών ή δημοψηφίσματος, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2022/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] θα πρέπει, εντός του τελευταίου μήνα πριν από τη διεξαγωγή εκλογών ή δημοψηφίσματος, να αναλαμβάνουν δράση για κάθε κοινοποίηση που λαμβάνουν σχετικά με διαφήμιση που συνδέεται με τις εν λόγω [...] εκλογές ή το εν λόγω δημοψήφισμα εντός 48 ωρών, επικοινωνώντας με τους σχετικούς παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και, κατά περίπτωση, με τον χορηγό.
- (45δ) Κάθε δράση που αναλαμβάνεται από εκδότη πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να είναι αυστηρά στοχευμένη, υπό την έννοια ότι θα πρέπει πρωτίστως να χρησιμεύει για τη διόρθωση ή τη συμπλήρωση των απαιτούμενων πληροφοριών και μόνο ως ύστατη λύση για την αφαίρεση των συγκεκριμένων πληροφοριών που δεν συμμορφώνονται με τον παρόντα κανονισμό, λαμβάνοντας δεόντως υπόψη την ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης και άλλα θεμελιώδη δικαιώματα.

- (46) Προκειμένου να δοθεί η δυνατότητα σε συγκεκριμένες οντότητες να διαδραματίσουν τον ρόλο τους στις δημοκρατίες, είναι σκόπιμο να θεσπιστούν κανόνες σχετικά με τη διαβίβαση πληροφοριών που δημοσιεύονται με την πολιτική διαφήμιση ή περιέχονται στην ανακοίνωση διαφάνειας σε ενδιαφερόμενους παράγοντες, όπως διαπιστευμένους ερευνητές, δημοσιογράφους, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και [...] **αναγνωρισμένους** εκλογικούς παρατηρητές, προκειμένου να υποστηριχθεί η άσκηση των αντίστοιχων ρόλων τους στη δημοκρατική διαδικασία. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να υποχρεούνται να ανταποκρίνονται σε αιτήματα προδήλως αβάσιμα, **ασαφή** ή υπερβολικά. Επιπλέον, ο σχετικός πάροχος υπηρεσιών θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να χρεώνει εύλογο τέλος σε περίπτωση [...] δαπανηρών αιτημάτων, λαμβάνοντας υπόψη το διοικητικό κόστος της παροχής των πληροφοριών.

(47) Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται άμεσα από μεμονωμένα άτομα, ή έμμεσα όπως δεδομένα που συνάγονται, κατά την ομαδοποίηση φυσικών προσώπων σύμφωνα με τα υποτιθέμενα συμφέροντά τους ή προκύπτουν από την επιγραμμική τους δραστηριότητα, την κατάρτιση προφίλ συμπεριφοράς και άλλες τεχνικές ανάλυσης, χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο για τη στόχευση πολιτικών μηνυμάτων σε ομάδες ή μεμονωμένους ψηφοφόρους ή άτομα, και για την ενίσχυση του αντίκτυπού τους. Βάσει της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως **ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα** [...] βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου³ και του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου⁴, διαφορετικές ομάδες ψηφοφόρων ή μεμονωμένων ατόμων μπορούν να καταταμηθούν και τα χαρακτηριστικά ή τα τρωτά σημεία τους μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο εκμετάλλευσης, για παράδειγμα μέσω της διάδοσης των διαφημίσεων σε συγκεκριμένες στιγμές και σε συγκεκριμένα μέρη που έχουν σχεδιαστεί για να εκμεταλλεύονται τις περιπτώσεις στις οποίες οι εν λόγω ομάδες θα ήταν ευαίσθητες σε ένα συγκεκριμένο είδος πληροφοριών/μηνυμάτων. Αυτό έχει συγκεκριμένες και επιζήμιες συνέπειες για τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες των πολιτών όσον αφορά την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την ελευθερία τους να λαμβάνουν αντικειμενικές πληροφορίες, να διαμορφώνουν τη γνώμη τους, να λαμβάνουν πολιτικές αποφάσεις και να ασκούν το δικαίωμα ψήφου τους. Αυτό επηρεάζει αρνητικά τη δημοκρατική διαδικασία. Θα πρέπει να προβλεφθούν πρόσθετοι περιορισμοί και προϋποθέσεις σε σύγκριση με τον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679 και τον κανονισμό (ΕΕ) 2018/1725. Οι προϋποθέσεις που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό σχετικά με τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης που συνεπάγονται την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να βασίζονται στο άρθρο 16 της ΣΛΕΕ.

³ Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων) (ΕΕ L 119 της 4.5.2016, σ. 1).

⁴ Κανονισμός (ΕΕ) 2018/1725 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Οκτωβρίου 2018, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα θεσμικά και λοιπά όργανα και τους οργανισμούς της Ένωσης και την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών, και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 45/2001 και της απόφασης αριθ. 1247/2002/ΕΚ (ΕΕ L 295 της 21.11.2018, σ. 39).

(48) Ως εκ τούτου, θα πρέπει να απαγορευθούν οι τεχνικές στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία *ειδικών κατηγοριών* δεδομένων που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. Η χρήση τέτοιων τεχνικών θα πρέπει να επιτρέπεται μόνο όταν πραγματοποιείται από *τους υπεύθυνους επεξεργασίας* ή από κάποιον που ενεργεί για λογαριασμό *τους*[...], με βάση τη ρητή συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων ή στο πλαίσιο των νόμιμων δραστηριοτήτων τους με κατάλληλες διασφαλίσεις εκ μέρους ιδρύματος, οργάνωσης ή άλλου μη κερδοσκοπικού φορέα με πολιτικό, φιλοσοφικό, θρησκευτικό ή συνδικαλιστικό στόχο και υπό την προϋπόθεση ότι η επεξεργασία αφορά αποκλειστικά τα μέλη ή τα πρώην μέλη του φορέα ή πρόσωπα τα οποία έχουν τακτική επικοινωνία μαζί του σε σχέση με τους σκοπούς του και ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν κοινοποιούνται εκτός του συγκεκριμένου φορέα χωρίς τη συγκατάθεση των υποκειμένων των δεδομένων. Αυτό θα πρέπει να συνοδεύεται από *πρόσθετες* [...] διασφαλίσεις. Ως συγκατάθεση θα πρέπει να νοείται η συγκατάθεση κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. *Δεν* [...] θα πρέπει να είναι δυνατή η επίκληση των εξαιρέσεων που προβλέπονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχεία β), γ), ε), στ), ζ), η), θ) και ι) του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 2 στοιχεία β), γ), ε), στ), ζ), η), θ) και ι) του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, αντίστοιχα, για τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης για τη δημοσίευση, την προώθηση ή τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων που αφορούν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αναφέρεται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. ***Η εφαρμογή άλλων διατάξεων των κανονισμών (ΕΕ) 2016/679 και (ΕΕ) 2018/1725, συμπεριλαμβανομένων όσων σχετίζονται με την παροχή και την ανάκληση της συγκατάθεσης, την αυτοματοποιημένη ατομική λήψη αποφάσεων περιλαμβανομένης της κατάρτισης προφίλ και του δικαιώματος εναντίωσης, δεν επηρεάζονται από τον παρόντα κανονισμό. Για τους σκοπούς της εφαρμογής των απαιτήσεων του παρόντος κανονισμού, η ρητή συγκατάθεση κατά την έννοια των κανονισμών (ΕΕ) 2016/679 και (ΕΕ) 2018/1725 θα πρέπει να παρέχεται χωριστά και ειδικά για τους σκοπούς της πολιτικής διαφήμισης. Σύμφωνα με το δίκαιο της Ένωσης, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι η ατομική λήψη αποφάσεων δεν επηρεάζεται από παραπλανητικό σχεδιασμό που στρεβλώνει ή περιορίζει την αυτόνομη και τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων, συμπεριλαμβανομένων προεπιλεγμένων τετραγωνιδίων και άλλων μεροληπτικών και αδιαφανών τεχνικών που οδηγούν ή ωθούν τα άτομα σε συγκεκριμένες αποφάσεις τις οποίες διαφορετικά δεν θα είχαν λάβει. Ειδικότερα, ο μηχανισμός για τη λήψη αποφάσεων από μεμονωμένα άτομα θα πρέπει να είναι σαφής και εύχρηστος, και η σχετική προβολή των εναλλακτικών επιλογών δεν θα πρέπει να επιδιώκει να επηρεάσει την απόφαση του ατόμου. Οι πληροφορίες που παρέχονται στα μεμονωμένα άτομα στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να είναι συνοπτικές και να συντάσσονται σε απλή και κατανοητή γλώσσα, καθώς και να καθίστανται εύκολα, ευδιάκριτα και άμεσα διαθέσιμες.***

- (48a) Η εσωτερική επικοινωνία ενός πολιτικού κόμματος προς τα μέλη του δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι χρησιμοποιεί τεχνικές στόχευσης στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης, εφόσον η εν λόγω επικοινωνία περιορίζεται στα μέλη του και βασίζεται σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που παρέχονται από τα εν λόγω μέλη ρητά για τον σκοπό αυτό.*
- (48β) Μια ιδιαίτερα ευάλωτη ομάδα που μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο εκμετάλλευσης μέσω της κατάχρησης τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης είναι οι πολύ νέοι. Μολονότι δεν έχουν ακόμη δικαίωμα ψήφου, τα άτομα αυτά μπορούν να στοχοποιηθούν ειδικά για να χειραγωγηθεί η συζήτηση. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να απαγορεύονται οι τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ενός υποκειμένου το οποίο είναι γνωστό με εύλογη βεβαιότητα ότι είναι τουλάχιστον ένα έτος νεότερο από την ηλικία ψήφου που καθορίζεται από τους εθνικούς κανόνες, στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης.*

- (49) Προκειμένου να διασφαλιστεί μεγαλύτερη διαφάνεια και λογοδοσία, **και ανεξαρτήτως αν η πολιτική διαφήμιση περιλαμβάνει υπηρεσία ή όχι, θα πρέπει να εφαρμόζονται πρόσθετες διασφαλίσεις** κατά τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, **η οποία δεν απαγορεύεται βάσει του κανονισμού. Οι εν λόγω πρόσθετες απαιτήσεις διαφάνειας και λογοδοσίας θα πρέπει να εφαρμόζονται, αφενός, στην επεξεργασία που αφορά ειδικές κατηγορίες δεδομένων όταν το υποκείμενο των δεδομένων έχει δώσει τη ρητή συγκατάθεσή του ή όταν η επεξεργασία πραγματοποιείται στο πλαίσιο των νόμιμων δραστηριοτήτων του, όπως αναφέρεται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχεία α) και δ) του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 2 στοιχεία α) και δ) του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, και, αφετέρου, στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης, η οποία δεν αφορά ειδικές κατηγορίες δεδομένων. Αυτές οι πρόσθετες απαιτήσεις θα πρέπει να συμπληρώνουν τις υφιστάμενες διασφαλίσεις, μεταξύ άλλων εκείνες που αφορούν την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων σύμφωνα με το άρθρο 22 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και το άρθρο 24 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. [...] Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας [...] θα πρέπει να υιοθετήσουν, [...] να εφαρμόσουν και να καταστήσουν διαθέσιμη στο κοινό πολιτική που να περιγράφει [...] πώς χρησιμοποιούνται οι εν λόγω τεχνικές [...] και να τηρούν αρχεία των σχετικών δραστηριοτήτων τους. Κατά τη δημοσίευση, την προώθηση ή τη διάδοση πολιτικής διαφήμισης με τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να παρέχουν, μαζί με την πολιτική διαφήμιση, ουσιαστικές πληροφορίες που θα επιτρέπουν στο ενδιαφερόμενο άτομο να κατανοεί τη λογική και τις κύριες παραμέτρους της στόχευσης που χρησιμοποιούνται, καθώς και τη χρήση δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών, συμπεριλαμβανομένου του κατά πόσον η στόχευση της διαφήμισης βελτιστοποιήθηκε περαιτέρω κατά την παρουσίαση.**
- (50) Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που χρησιμοποιούν τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης θα πρέπει να περιλαμβάνουν στις οικείες ανακοινώσεις διαφάνειας τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες ώστε το ενδιαφερόμενο άτομο να είναι σε θέση να κατανοήσει τη λογική που ακολουθείται και τις κύριες παραμέτρους της χρησιμοποιούμενης τεχνικής, καθώς και τη χρήση δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών που χρησιμοποιούνται. [...]

- (50α) *Οι απαιτήσεις διαφάνειας και λογοδοσίας θα πρέπει να ισχύουν για όλους τους υπεύθυνους επεξεργασίας, ανεξαρτήτως αν ο υπεύθυνος επεξεργασίας ενεργεί υπό την ιδιότητά του, από κοινού με τον πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ή είναι η ίδια οντότητα με τον εκδότη πολιτικής διαφήμισης.* Σε περίπτωση που ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι διαφορετικός από τον εκδότη διαφήμισης, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να διαβιβάζει **στον** εκδότη πολιτικής διαφήμισης την εσωτερική πολιτική **και να διασφαλίζει ότι διαβιβάζονται εγκαίρως και με ακρίβεια στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης οι πληροφορίες που είναι απαραίτητες για τη συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό** [...].
- (50β) Οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών θα πρέπει [...] να διαβιβάζουν στους εκδότες πολιτικής διαφήμισης τις απαραίτητες πληροφορίες για τη συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις τους βάσει του παρόντος κανονισμού. Η **διαβίβαση** [...] αυτών των πληροφοριών θα μπορούσε να αυτοματοποιηθεί και να ενσωματωθεί στις συνήθεις επιχειρηματικές διαδικασίες βάσει προτύπων.
- (51) Προκειμένου να ενισχυθεί περαιτέρω η δυνατότητα των ατόμων να ασκούν τα δικαιώματά τους όσον αφορά την προστασία των δεδομένων, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να παρέχουν πρόσθετες πληροφορίες και αποτελεσματικά εργαλεία στο ενδιαφερόμενο υποκείμενο των δεδομένων για να υποστηρίξουν την άσκηση των δικαιωμάτων του βάσει του νομικού πλαισίου της ΕΕ για την προστασία των δεδομένων, μεταξύ άλλων για να αντιταχθεί ή να αποσύρει τη συγκατάθεσή του όταν αποτελεί αντικείμενο στόχευσης πολιτικής διαφήμισης. Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει επίσης να είναι εύκολα προσβάσιμες απευθείας από την ανακοίνωση διαφάνειας. Τα εργαλεία που τίθενται στη διάθεση των ατόμων για την υποστήριξη της άσκησης των δικαιωμάτων τους θα πρέπει να είναι αποτελεσματικά ώστε να αποτρέπεται η στόχευση ενός ατόμου με πολιτικές διαφημίσεις, καθώς και η στόχευση βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων και από έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους υπευθύνους επεξεργασίας.
- (52) Η Επιτροπή θα πρέπει να ενθαρρύνει την εκπόνηση κωδίκων δεοντολογίας, όπως αναφέρεται στο άρθρο 40 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679, προς υποστήριξη της άσκησης των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων στο πλαίσιο αυτό.
- (53) Οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με όλες τις απαιτήσεις που ισχύουν για τη χρήση των τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης δυνάμει του παρόντος κανονισμού θα πρέπει να παρουσιάζονται σε μορφή εύκολα προσβάσιμη, ευδιάκριτη και φιλική προς τον χρήστη, μεταξύ άλλων μέσω της χρήσης απλής γλώσσας.

- (54) Είναι σκόπιμο να θεσπιστούν κανόνες για τη διαβίβαση πληροφοριών σχετικά με τη στόχευση σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες. Το εφαρμοστέο καθεστώς θα πρέπει να είναι συνεπές με το καθεστώς για τη διαβίβαση πληροφοριών που συνδέονται με τις απαιτήσεις διαφάνειας.
- (55) Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που είναι εγκατεστημένοι σε τρίτη χώρα και προσφέρουν υπηρεσίες στην Ένωση θα πρέπει να ορίζουν εξουσιοδοτημένο νόμιμο εκπρόσωπο στην Ένωση, ώστε να καθίσταται δυνατή η αποτελεσματική εποπτεία του παρόντος κανονισμού σε σχέση με τους εν λόγω παρόχους. Ο νόμιμος εκπρόσωπος θα μπορούσε να είναι εκείνος που ορίζεται βάσει του άρθρου 27 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή ο εκπρόσωπος που ορίζεται βάσει του άρθρου 11 του κανονισμού (ΕΕ) 2022[...]/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].
- (55a) Ο ορισθείς νόμιμος εκπρόσωπος θα πρέπει να εγγραφεί σε μια αρμόδια αρχή που έχει οριστεί για τους σκοπούς αυτούς. Προκειμένου να παρέχονται εύκολα ανακτήσιμες πληροφορίες σχετικά με τους ορισθέντες νόμιμους εκπροσώπους των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που είναι εγκατεστημένοι εκτός του εδάφους της Ένωσης, η σχετική αρμόδια αρχή θα πρέπει να δημοσιεύει επιγραμματικά και να επικαιροποιεί τακτικά τις πληροφορίες σχετικά με τους νόμιμους εκπροσώπους στο έδαφός της. Η Επιτροπή θα πρέπει να δημιουργήσει μια διαδικτυακή πύλη η οποία θα παρέμπει στους δικτυακούς τόπους που παρέχουν τα κράτη μέλη.***
- (56) Για την αποτελεσματική εποπτεία του παρόντος κανονισμού, είναι αναγκαίο να ανατεθεί στις εποπτικές αρχές η αρμοδιότητα να παρακολουθούν και να επιβάλλουν τους σχετικούς κανόνες. Ανάλογα με το νομικό σύστημα κάθε κράτους μέλους και σύμφωνα με το ισχύον δίκαιο της Ένωσης, συμπεριλαμβανομένου του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και του κανονισμού (ΕΕ) 2022[...]/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], μπορούν να οριστούν διαφορετικές εθνικές δικαστικές ή διοικητικές αρχές για τον σκοπό αυτό.

- (57) Όσον αφορά την εποπτεία των επιγραμμικών ενδιάμεσων υπηρεσιών δυνάμει του παρόντος κανονισμού, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ορίσουν αρμόδιες αρχές και να διασφαλίσουν ότι η εποπτεία αυτή συνάδει με τις αρμόδιες αρχές που ορίζονται σύμφωνα με το άρθρο 38 του κανονισμού (ΕΕ) [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Οι συντονιστές ψηφιακών υπηρεσιών, σύμφωνα με τον κανονισμό ΕΕ [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], σε κάθε κράτος μέλος θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να είναι υπεύθυνοι για τη διασφάλιση του συντονισμού σε εθνικό επίπεδο όσον αφορά τα εν λόγω θέματα και να συνεργάζονται, όπου απαιτείται, σε διασυνοριακό επίπεδο με άλλους συντονιστές ψηφιακών υπηρεσιών σύμφωνα με τους μηχανισμούς που προβλέπονται στον κανονισμό (ΕΕ) [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Στο πλαίσιο της εφαρμογής του παρόντος κανονισμού, ο μηχανισμός αυτός θα πρέπει να περιορίζεται στην εθνική συνεργασία μεταξύ των συντονιστών ψηφιακών υπηρεσιών [και δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει την κλιμάκωση σε επίπεδο Ένωσης, όπως προβλέπεται στον κανονισμό (ΕΕ) [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].
- (58) Για την εποπτεία των πτυχών του παρόντος κανονισμού που δεν εμπίπτουν στην αρμοδιότητα των εποπτικών αρχών δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 *και* του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ορίσουν *σχετικές* αρμόδιες αρχές. Για να υποστηριχθεί ο σεβασμός των θεμελιωδών δικαιωμάτων και ελευθεριών, του κράτους δικαίου, των δημοκρατικών αρχών και της εμπιστοσύνης του κοινού στην εποπτεία της πολιτικής διαφήμισης, είναι απαραίτητο οι αρχές αυτές να είναι *αμερόληπτες*, διαρθρωτικά ανεξάρτητες από εξωτερικές παρεμβάσεις ή πολιτικές πιέσεις και να έχουν την κατάλληλη εξουσία *να* παρακολουθούν αποτελεσματικά και να λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τον παρόντα κανονισμό, ιδίως με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στο άρθρο 7. *Ενώ* τα κράτη μέλη μπορούν να ορίζουν, ιδίως, τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές ή φορείς δυνάμει του άρθρου 30 της οδηγίας 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου⁵, *μπορούν επίσης να ορίζουν άλλες αρχές, όπως εκλογικές ή δικαστικές αρχές.*

⁵ Οδηγία 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Μαρτίου 2010, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων) (ΕΕ L 95 της 15.4.2010, σ. 1).

- (59) Στις περιπτώσεις που υπάρχουν ήδη κανόνες βάσει του δικαίου της Ένωσης σχετικά με την παροχή πληροφοριών στις αρμόδιες αρχές και τη συνεργασία με τις εν λόγω αρχές και μεταξύ αυτών, όπως το άρθρο 9 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] ή οι κανόνες που περιέχονται στον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679, οι εν λόγω κανόνες θα πρέπει να εφαρμόζονται, τηρουμένων των αναλογιών, και στις σχετικές διατάξεις του παρόντος κανονισμού.
- (59α) Για την υποστήριξη της αποτελεσματικής εφαρμογής, εποπτείας και επιβολής των διατάξεων του παρόντος κανονισμού, και με την επιφύλαξη του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679, του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 και της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, είναι αναγκαίο να καθοριστεί ποια αρμόδια αρχή θα πρέπει να είναι υπεύθυνη όταν οι υπηρεσίες παρέχονται σε περισσότερα του ενός κράτη μέλη ή όταν ο πάροχος υπηρεσιών ασκεί τις κύριες δραστηριότητές του εκτός του κράτους μέλους στο οποίο βρίσκεται η έδρα του ή ο ορισθείς εκπρόσωπός του. Όταν ένας πάροχος υπηρεσιών παρέχει υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης σε περισσότερα του ενός κράτη μέλη, η αρμόδια αρχή ή οι αρμόδιες αρχές του κράτους μέλους στο οποίο βρίσκεται η έδρα του παρόχου υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει κανονικά να είναι υπεύθυνες για την αποτελεσματική εφαρμογή, εποπτεία και επιβολή των διατάξεων του παρόντος κανονισμού. Κατά τον καθορισμό του τόπου όπου ένας πάροχος υπηρεσιών έχει την έδρα του, οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τον τόπο όπου βρίσκονται τα κεντρικά γραφεία ή η καταστατική έδρα του παρόχου, εντός των οποίων ασκούνται οι κύριες χρηματοοικονομικές λειτουργίες και ο επιχειρησιακός έλεγχος.*
- (59β) Κατά την άσκηση των εξουσιών έρευνας και επιβολής, οι αρμόδιες αρχές όλων των κρατών μελών θα πρέπει να συνεργάζονται μεταξύ τους και να παρέχουν αμοιβαία συνδρομή, ανάλογα με τις ανάγκες. Εάν η εικαζόμενη παράβαση του παρόντος κανονισμού αφορά μόνο την αρμόδια αρχή ή τις αρμόδιες αρχές όπου ο πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν έχει την έδρα του, η σχετική αρμόδια αρχή ή οι σχετικές αρμόδιες αρχές θα πρέπει να ενημερώνουν την αρμόδια αρχή της έδρας, η οποία θα πρέπει να αξιολογεί αναλόγως το ζήτημα και, κατά περίπτωση, να λαμβάνει τα αναγκαία μέτρα επιβολής.*
- (59γ) Για την περαιτέρω διευκόλυνση της αποτελεσματικής εφαρμογής και επιβολής του παρόντος κανονισμού σε περίπτωση παροχής διασυνοριακών υπηρεσιών, όταν η διερεύνηση εικαζόμενης παράβασης αφορά την παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε ένα ή περισσότερα κράτη μέλη στα οποία ο πάροχος δεν έχει την έδρα του, η αρμόδια αρχή της έδρας μπορεί να κινήσει και να ηγηθεί κοινής έρευνας με τη συμμετοχή της οικείας αρμόδιας αρχής ή των οικείων αρμόδιων αρχών.*

(60) Οι αρχές που είναι αρμόδιες για την εποπτεία του παρόντος κανονισμού θα πρέπει να συνεργάζονται μεταξύ τους τόσο σε εθνικό όσο και σε ενωσιακό επίπεδο, αξιοποιώντας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις υφιστάμενες δομές, συμπεριλαμβανομένων των εθνικών δικτύων συνεργασίας, του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές, όπως αναφέρεται στη σύσταση C (2018) 5949 final, και της ομάδας των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων που συστάθηκε δυνάμει της οδηγίας 2010/13/ΕΕ. Η συνεργασία αυτή θα πρέπει να διευκολύνει την ταχεία και ασφαλή ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με ζητήματα που συνδέονται με την άσκηση των οικείων καθηκόντων εποπτείας και επιβολής δυνάμει του παρόντος κανονισμού, μεταξύ άλλων με τον από κοινού εντοπισμό παραβάσεων, την ανταλλαγή πορισμάτων και εμπειρογνομosύνης και τη διασύνδεση σχετικά με την εφαρμογή και επιβολή των σχετικών κανόνων.

(60α) Για τους σκοπούς της διασφάλισης αποτελεσματικής και διαρθρωμένης συνεργασίας μεταξύ όλων των αρμόδιων αρχών, οι εμπειρογνώμονες που ορίζονται από τα κράτη μέλη θα πρέπει να συνεδριάζουν περιοδικά σε επίπεδο Ένωσης, ιδίως στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές, σε στενή συνεργασία με την ομάδα των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων και άλλα σχετικά δίκτυα. Προκειμένου να ενισχυθεί η συνεργασία και η ανταλλαγή πληροφοριών και πρακτικών σε επίπεδο Ένωσης, το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Συνεργασίας για τις Εκλογές θα πρέπει να συνεργάζεται στενά με την ομάδα των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων, ιδίως όσον αφορά την υποβολή εκθέσεων με θέμα τις συζητήσεις που διεξάγονται για τον παρόντα κανονισμό.

- (61) Προκειμένου να διευκολυνθεί η αποτελεσματική εφαρμογή των υποχρεώσεων που ορίζονται στον κανονισμό, είναι αναγκαίο να ανατεθεί στις εθνικές αρχές η εξουσία να ζητούν από τους παρόχους υπηρεσιών **πολιτικής διαφήμισης** [...] τις σχετικές πληροφορίες σχετικά με τη διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης. Οι πληροφορίες που πρέπει να διαβιβάζονται στις αρμόδιες αρχές θα μπορούσαν να αφορούν διαφημιστική εκστρατεία, να συγκεντρώνονται ανά έτη ή να αφορούν συγκεκριμένες διαφημίσεις. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι τα αιτήματα για πληροφορίες αυτού του είδους μπορούν να ικανοποιηθούν με αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο, και ταυτόχρονα ότι οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν υπόκεινται σε δυσανάλογες επιβαρύνσεις, είναι αναγκαίο να καθοριστούν ορισμένες προϋποθέσεις τις οποίες θα πρέπει να πληρούν τα εν λόγω αιτήματα. Ειδικότερα, προς το συμφέρον της έγκαιρης εποπτείας μιας εκλογικής διαδικασίας, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ανταποκρίνονται ταχέως στα αιτήματα των αρμόδιων αρχών και πάντα εντός **δέκα** [...] εργάσιμων ημερών από την παραλαβή του μέτρου. **Κατά τον τελευταίο μήνα της εκλογικής εκστρατείας, η παράβαση των υποχρεώσεων αυτών θα πρέπει να θεωρείται ότι επηρεάζει δυσμενώς και κατάφωρα το δικαίωμα του πολίτη, και, ως εκ τούτου, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να παρέχουν τις ζητούμενες πληροφορίες εντός 48 ωρών. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφοι 1 έως 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ θα πρέπει να καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για την παροχή των ζητούμενων πληροφοριών χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και, εφόσον είναι δυνατό, πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής των εκλογών ή του δημοψηφίσματος.** Για λόγους ασφάλειας δικαίου και με σεβασμό των δικαιωμάτων υπεράσπισης, τα αιτήματα παροχής πληροφοριών από αρμόδια αρχή θα πρέπει να περιέχουν επαρκή αιτιολόγηση και πληροφορίες σχετικά με τα διαθέσιμα μέσα έννομης προστασίας. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ορίζουν σημεία επαφής για την αλληλεπίδραση με τις αρμόδιες αρχές. Τα εν λόγω σημεία επαφής θα μπορούσαν να είναι ηλεκτρονικά.
- (62) Τα κράτη μέλη θα πρέπει να ορίσουν ένα σημείο επαφής σε επίπεδο Ένωσης για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού. Το σημείο επαφής θα πρέπει, αν είναι δυνατόν, να είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές. Το σημείο επαφής θα πρέπει να διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων αρχών μεταξύ των κρατών μελών όσον αφορά τα οικεία καθήκοντα εποπτείας και επιβολής, ιδίως μέσω της διαμεσολάβησης με τα σημεία επαφής σε άλλα κράτη μέλη και με τις αρμόδιες αρχές στο [...] **κράτος μέλος του.**

- (63) Οι αρχές των κρατών μελών θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι παραβάσεις των υποχρεώσεων που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό τιμωρούνται με [...] πρόστιμα ή οικονομικές κυρώσεις **και, κατά περίπτωση, άλλα μέσα έννομης προστασίας**. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τη φύση, τη σοβαρότητα, την επανάληψη και τη διάρκεια της παράβασης, λαμβάνοντας υπόψη το διακυβευόμενο δημόσιο συμφέρον, την έκταση και το είδος των ασκούμενων δραστηριοτήτων καθώς και, **κατά περίπτωση**, την οικονομική ικανότητα του παραβάτη. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο καίριος ρόλος που διαδραματίζουν οι υποχρεώσεις οι οποίες ορίζονται στα *άρθρα 5 και 7* για την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων του παρόντος κανονισμού. Επιπλέον, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη κατά πόσον ο [...] ενδιαφερόμενος πάροχος **υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ή ο χορηγός**, συστηματικά ή επανειλημμένα, δεν συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις του που απορρέουν από τον παρόντα κανονισμό, μεταξύ άλλων καθυστερώντας την παροχή πληροφοριών σε ενδιαφερόμενες οντότητες, καθώς και, κατά περίπτωση, κατά πόσον ο πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δραστηριοποιείται σε διάφορα κράτη μέλη. Οι οικονομικές κυρώσεις, [...] τα [...] πρόστιμα **και τα άλλα μέσα έννομης προστασίας θα πρέπει να [...]** είναι, σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση, αποτελεσματικά, αναλογικά και αποτρεπτικά, λαμβανομένης δεόντως υπόψη της παροχής επαρκών και προσβάσιμων διαδικαστικών εγγυήσεων, και ιδίως προκειμένου να διασφαλίζεται ότι ο πολιτικός διάλογος παραμένει ανοικτός και προσβάσιμος.
- (63α) *Σύμφωνα με τις γενικές αρχές της ευθύνης, ένας πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν μπορεί να υποστεί κυρώσεις όταν ενήργησε βάσει ανακριβών ή ψευδών πληροφοριών που έλαβε από τον χορηγό, οι οποίες δεν ήταν προδήλως εσφαλμένες, υπό την προϋπόθεση ότι δεν αντιλήφθηκε το σφάλμα σε μεταγενέστερο στάδιο.*
- (63β) *Για την υποστήριξη της εφαρμογής και της παρακολούθησης του παρόντος κανονισμού, οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να απευθύνουν τις κοινοποιήσεις που λαμβάνουν από οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο σχετικά με πιθανή παράβαση του παρόντος κανονισμού και, τουλάχιστον κατόπιν αιτήματος, να ενημερώνουν το πρόσωπο που προέβη στην κοινοποίηση σχετικά με τη συνέχεια που δόθηκε σε αυτήν. Στη διάρκεια του τελευταίου μήνα πριν από τη διεξαγωγή εκλογών ή δημοψηφίσματος, κάθε κοινοποίηση που λαμβάνεται σχετικά με πολιτική διαφήμιση η οποία συνδέεται με τις εν λόγω εκλογές ή δημοψήφισμα θα πρέπει να εξετάζεται χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση.*

- (64) Η άσκηση εκ μέρους των αρμόδιων φορέων των εξουσιών τους δυνάμει του παρόντος κανονισμού υπόκειται στις δέουσες δικονομικές εγγυήσεις σύμφωνα με το δίκαιο της Ένωσης και το εθνικό δίκαιο, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης πραγματικής δικαστικής προσφυγής και της τήρησης της προσήκουσας διαδικασίας.
- (65) *Για να υποστηριχθεί η συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό, θα πρέπει να παρέχονται στους παρόχους υπηρεσιών και σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες έγκαιρες και εύκολα προσβάσιμες πληροφορίες σχετικά με τις ημερομηνίες διεξαγωγής των εθνικών εκλογών και δημοψηφισμάτων. Ως εκ τούτου, τα κράτη μέλη θα πρέπει να δημοσιεύουν τις ημερομηνίες διεξαγωγής των εκλογών και των δημοψηφισμάτων τους. Οι πληροφορίες θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες και να διατίθενται εγκαίρως. Θα πρέπει επίσης να παρέχουν τις πληροφορίες αυτές στο κοινό μέσω διαδικτυακής πύλης που διατίθεται από την Επιτροπή, αμέσως μετά την ανακοίνωσή τους[...].*
- (65a) *Για τη στήριξη της αποτελεσματικής εφαρμογής του παρόντος κανονισμού, η Επιτροπή ενθαρρύνεται να καταρτίσει κατευθυντήριες γραμμές, όπως κρίνεται απαραίτητο, σχετικά με τον προσδιορισμό της πολιτικής διαφήμισης και την επιβολή κυρώσεων.*
- (66) Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του παρόντος κανονισμού, θα πρέπει να ανατεθεί στην Επιτροπή η εξουσία έκδοσης πράξεων σύμφωνα με το άρθρο 290 της Συνθήκης όσον αφορά το άρθρο 7 παράγραφος 8[...] για τον περαιτέρω προσδιορισμό της μορφής με την οποία θα πρέπει να παρέχονται οι απαιτήσεις για την παροχή πληροφοριών στις ανακοινώσεις διαφάνειας σύμφωνα με το εν λόγω άρθρο· και όσον αφορά το άρθρο 12a παράγραφος 6[...] για τον περαιτέρω προσδιορισμό της μορφής με την οποία θα πρέπει να παρέχονται οι απαιτήσεις για την παροχή πληροφοριών σχετικά με τη στόχευση. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό η Επιτροπή να διεξάγει κατάλληλες διαβουλεύσεις **με τους**[...] εμπειρογνώμονες που ορίζονται από κάθε κράτος μέλος, οι δε διαβουλεύσεις να πραγματοποιούνται σύμφωνα με τις αρχές που ορίζονται στη διοργανική συμφωνία της 13ης Απριλίου 2016 για τη βελτίωση του νομοθετικού έργου. Πιο συγκεκριμένα, προκειμένου να διασφαλιστεί η ίση συμμετοχή στην προετοιμασία των κατ' εξουσιοδότηση πράξεων, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο λαμβάνουν όλα τα έγγραφα κατά τον ίδιο χρόνο με τους εμπειρογνώμονες των κρατών μελών, και οι εμπειρογνώμονές τους έχουν συστηματικά πρόσβαση στις συνεδριάσεις των ομάδων εμπειρογνομόνων της Επιτροπής που ασχολούνται με την προετοιμασία κατ' εξουσιοδότηση πράξεων.

- (67) Εντός δύο ετών από κάθε εκλογή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Επιτροπή θα πρέπει να υποβάλλει δημόσια έκθεση σχετικά με την αξιολόγηση και την αναθεώρηση του παρόντος κανονισμού. Κατά την εκπόνηση της εν λόγω έκθεσης, η Επιτροπή θα πρέπει επίσης να λαμβάνει υπόψη την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού στο πλαίσιο άλλων εκλογών και δημοψηφισμάτων που διεξάγονται στην Ένωση, **καθώς και τον αντίκτυπο του παρόντος κανονισμού στους μικρούς και μεσαίους παράγοντες των μέσων ενημέρωσης. Η έκθεση θα πρέπει να αξιολογεί ιδίως την αποτελεσματικότητα του κανονισμού όσον αφορά συγκεκριμένα μέσα πολιτικής διαφήμισης, περιορίζοντας περαιτέρω την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς των τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης που ρυθμίζονται από τον παρόντα κανονισμό, το είδος και το ύψος των κυρώσεων που επιβάλλονται από τα κράτη μέλη, καθώς και την απαίτηση δημιουργίας δημόσιων αποθετηρίων διαφημίσεων για όλες τις επιγραμμικές πολιτικές διαφημίσεις.** Η έκθεση θα πρέπει να επανεξετάζει, μεταξύ άλλων, τη συνεχιζόμενη καταλληλότητα των διατάξεων των παραρτημάτων του παρόντος κανονισμού και να εξετάζει την ανάγκη αναθεώρησής τους.
- (68) Συμπληρωματικές υποχρεώσεις σχετικά με τη χρήση της πολιτικής διαφήμισης από τα ευρωπαϊκά πολιτικά κόμματα προβλέπονται στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1141/2014 σχετικά με το καθεστώς και τη χρηματοδότηση των ευρωπαϊκών πολιτικών κομμάτων και των ευρωπαϊκών πολιτικών ιδρυμάτων.
- (69) Δεδομένου ότι οι στόχοι του παρόντος κανονισμού, δηλαδή η συμβολή στην εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς για την πολιτική διαφήμιση και τις συναφείς υπηρεσίες και η θέσπιση κανόνων για τη χρήση της στόχευσης στο πλαίσιο της δημοσίευσης και διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης, δεν μπορούν να επιτευχθούν επαρκώς από τα κράτη μέλη και μπορούν, συνεπώς, να επιτευχθούν καλύτερα σε ενωσιακό επίπεδο, η Ένωση μπορεί να εκδώσει τον παρόντα κανονισμό, σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας, όπως ορίζεται στο άρθρο 5 της ΣΕΕ. Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, όπως διατυπώνεται σε αυτό το άρθρο, ο παρών κανονισμός δεν υπερβαίνει τα αναγκαία για την επίτευξη των εν λόγω στόχων.
- (70) Ο παρών κανονισμός δεν θίγει τους κανόνες που ορίζονται ειδικά στην οδηγία 2000/31/ΕΚ, μεταξύ άλλων τους κανόνες περί περιορισμού της ευθύνης των παρόχων ενδιάμεσων υπηρεσιών στα άρθρα 12 έως 15 της εν λόγω οδηγίας όπως τροποποιήθηκε στον κανονισμό (ΕΕ) 2021/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], στον κανονισμό (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές αγορές], στην οδηγία 2002/58/ΕΚ και στον κανονισμό (ΕΕ) XXX [κανονισμός για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες], καθώς και στην οδηγία 2010/13/ΕΕ, την οδηγία 2000/31/ΕΚ, την οδηγία 2002/58/ΕΚ, την οδηγία 2005/29/ΕΚ, την οδηγία 2011/83/ΕΕ, την οδηγία 2006/114/ΕΚ, την οδηγία 2006/123/ΕΚ και τον κανονισμό (ΕΕ) 2019/1150.

(71) Ζητήθηκε, σύμφωνα με το άρθρο 42 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, η γνώμη του Ευρωπαϊκού Επόπτη Προστασίας Δεδομένων, που γνωμοδότησε στις XX XX 2022.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι — ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 1

Αντικείμενο και στόχοι[...]

1. Ο παρών κανονισμός θεσπίζει:
 - α) εναρμονισμένες υποχρεώσεις διαφάνειας για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και συναφών υπηρεσιών ώστε να διατηρούν, να δημοσιοποιούν και να δημοσιεύουν πληροφορίες που συνδέονται με την παροχή των εν λόγω υπηρεσιών·
 - β) εναρμονισμένους κανόνες για τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της [...] πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνουν την *επεξεργασία* [...] δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ***ανεξαρτήτως αν στην πολιτική διαφήμιση περιλαμβάνεται η παροχή υπηρεσίας.***
2. [...]
3. Οι στόχοι του παρόντος κανονισμού είναι:
 - α) η συμβολή στην εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς για την πολιτική διαφήμιση και τις συναφείς υπηρεσίες·
 - β) η προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

1. [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...]

Άρθρο 1α

Πεδίο εφαρμογής

- 1. Ο παρών κανονισμός εφαρμόζεται στην πολιτική διαφήμιση όταν η πολιτική διαφήμιση διαδίδεται στην Ένωση ή απευθύνεται σε μεμονωμένα άτομα ή διατίθεται στο κοινό σε ένα ή περισσότερα κράτη μέλη, ανεξάρτητα από τον τόπο εγκατάστασης του παρόχου υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και ανεξάρτητα από τα χρησιμοποιούμενα μέσα.*
- 2. Ο παρών κανονισμός δεν επηρεάζει ούτε το περιεχόμενο των πολιτικών διαφημίσεων ούτε τους κανόνες της Ένωσης ή των κρατών μελών που ρυθμίζουν πτυχές άλλες από εκείνες που καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό.*

3[...]. Ο παρών κανονισμός δεν θίγει τους κανόνες που ορίζονται στα εξής:

- α) οδηγία 2000/31/ΕΚ·
- β) οδηγία 2002/58/ΕΚ και κανονισμός (ΕΕ) XXX [κανονισμός για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες]·
- γ) οδηγία 2005/29/ΕΚ·
- δ) οδηγία 2006/114/ΕΚ·
- ε) οδηγία 2006/123/ΕΚ·
- στ) οδηγία (ΕΕ) 2010/13·
- ζ) οδηγία 2011/83/ΕΕ·
- η) κανονισμός (ΕΕ) 2019/1150·
- θ) [κανονισμός (ΕΕ) 2022/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]].

Άρθρο 2

Ορισμοί

Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

1. «υπηρεσία»: κάθε μη μισθωτή οικονομική δραστηριότητα που παρέχεται κατά κανόνα έναντι αμοιβής, κατά το άρθρο 57 ΣΛΕΕ·
2. «πολιτική διαφήμιση»: η προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση ή διάδοση, με οποιοδήποτε μέσο, ενός μηνύματος:
 - α) από ή για πολιτικό παράγοντα ή για λογαριασμό του, εκτός εάν έχει καθαρά ιδιωτικό ή καθαρά εμπορικό χαρακτήρα· ή

- β) που ενδέχεται *και έχει σχεδιαστεί με σκοπό* να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, *τη συμπεριφορά κατά την ψηφοφορία ή νομοθετική ή κανονιστική διαδικασία, [...] [...] σε ενωσιακό, εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο.*

Δεν περιλαμβάνονται τα ακόλουθα:

- i. *πολιτικές απόψεις που εκφράζονται, υπό συντακτική ευθύνη, σε οποιοδήποτε μέσο ενημέρωσης, εκτός αν προβλέπεται συγκεκριμένη αμοιβή για την εκφρασθείσα πολιτική άποψη ή σε σχέση με αυτήν.*
- ii. [...]μηνύματα από επίσημες πηγές *κρατών μελών ή της Ένωσης που σχετίζονται αποκλειστικά με [...] την οργάνωση και τις λεπτομέρειες συμμετοχής σε εκλογές ή δημοψηφίσματα, συμπεριλαμβανομένων των υποψηφιοτήτων και του ερωτήματος που τίθεται σε δημοψήφισμα, ή για την προώθηση της συμμετοχής σε εκλογές ή δημοψηφίσματα [...].*
- iii. *δημόσια επικοινωνία από ή για οποιαδήποτε δημόσια αρχή κράτους μέλους, συμπεριλαμβανομένων των μελών της κυβέρνησης, ή για λογαριασμό της, υπό τον όρο ότι δεν έχει σχεδιαστεί με σκοπό να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, τη συμπεριφορά κατά την ψηφοφορία ή νομοθετική ή κανονιστική διαδικασία·*
- iv. *παρουσίαση των υποψηφίων σε συγκεκριμένους δημόσιους χώρους ή μέσα ενημέρωσης που προβλέπεται ρητά από τον νόμο και προσφέρονται δωρεάν, διασφαλίζοντας παράλληλα ίση μεταχείριση.*
3. «πολιτική διαφήμιση»: οποιοδήποτε πολιτικό διαφημιστικό μήνυμα *που δημοσιεύεται ή διαδίδεται με οποιονδήποτε τρόπο·*
4. «πολιτικός παράγοντας»: οποιοδήποτε από τα ακόλουθα:
- α) πολιτικό κόμμα κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ, Ευρατόμ) αριθ. 1141/2014 ή οντότητα που συνδέεται [...] με [...] το εν λόγω πολιτικό κόμμα·

- β) πολιτικός συνασπισμός κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1141/2014·
- γ) ευρωπαϊκό πολιτικό κόμμα κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΕ, Ευρατόμ) αριθ. 1141/2014·
- δ) υποψήφιος **ή κάτοχος** οποιουδήποτε αιρετού αξιώματος σε **ενωσιακό**[...], εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, ή[...] **οποιασδήποτε** ηγετικής θέσης [...]ενός[...] πολιτικού κόμματος·
- [...]
- στ) [...]μέλος **θεσμικού οργάνου της Ένωσης, με εξαίρεση το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Ελεγκτικό Συνέδριο, ή** κυβέρνησης **κράτους μέλους σε** εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο·
- [...]
- η) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εκπροσωπεί ή ενεργεί για λογαριασμό οποιουδήποτε από τα πρόσωπα ή τις οργανώσεις που αναφέρονται στα στοιχεία α) έως ζ) **και** προωθεί τους πολιτικούς στόχους οποιουδήποτε εξ αυτών.
5. «υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης»: υπηρεσία που συνίσταται σε πολιτική διαφήμιση, με εξαίρεση την επιγραμμική ενδιάμεση υπηρεσία κατά την έννοια του άρθρου 2 στοιχείο στ) του κανονισμού (ΕΕ) 2022[...]/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], η οποία παρέχεται χωρίς [...] **συγκεκριμένη αμοιβή** για την **προετοιμασία**, την τοποθέτηση, την **προώθηση**, τη δημοσίευση ή τη διάδοση του **πολιτικού** [...]μηνύματος·

- 5α. *«πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης»:* φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, με εξαίρεση τις αμιγώς επικουρικές υπηρεσίες·
6. «εκστρατεία πολιτικής διαφήμισης»: προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση ή διάδοση σειράς συνδεδεμένων **πολιτικών** διαφημίσεων στο πλαίσιο σύμβασης για πολιτική διαφήμιση, βάσει κοινής προετοιμασίας, χορηγίας ή χρηματοδότησης·
7. «χορηγός»: το φυσικό ή νομικό πρόσωπο **κατόπιν αιτήματος του οποίου ή** για λογαριασμό του οποίου προετοιμάζεται, τοποθετείται, **προωθείται**, δημοσιεύεται ή διαδίδεται μια πολιτική διαφήμιση·
8. «τεχνικές στόχευσης [...]»: τεχνικές που χρησιμοποιούνται [...] για τη δημιουργία [...] πολιτικής διαφήμισης, **συνήθως με προσαρμοσμένο περιεχόμενο**, που απευθύνεται μόνο προς συγκεκριμένο πρόσωπο ή ομάδα προσώπων, **βάσει επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα [...]**·
- 8α. *«τεχνικές ενίσχυσης»:* **τεχνικές βελτιστοποίησης, συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών παρουσίασης διαφημίσεων, που χρησιμοποιούνται για την αύξηση της κυκλοφορίας, της εμβέλειας ή της προβολής μιας πολιτικής διαφήμισης οι οποίες βασίζονται στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και μπορούν να χρησιμεύσουν ώστε η πολιτική διαφήμιση να απευθύνεται μόνο σε συγκεκριμένο πρόσωπο ή ομάδα προσώπων·**
9. [...]
10. «σχετικό εκλογικό σώμα»: το σώμα των ατόμων που έχουν δικαίωμα ψήφου στις εκλογές ή το δημοψήφισμα που διενεργείται στο κράτος μέλος στο οποίο **δημοσιεύεται ή διαδίδεται**[...] μια πολιτική διαφήμιση, το οποίο μπορεί να είναι το σύνολο του εκλογικού σώματος ενός κράτους μέλους·

11. «εκδότης πολιτικής διαφήμισης»: *πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης* [...] που *δημοσιεύει ή διαδίδει πολιτικές διαφημίσεις* [...] με τη χρήση οποιουδήποτε μέσου·
12. «υπεύθυνος επεξεργασίας»: ο υπεύθυνος επεξεργασίας σύμφωνα με το άρθρο 4 παράγραφος 7 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή, κατά περίπτωση, το άρθρο 3[...] παράγραφος 8 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725.

[...]

Άρθρο 2α

Χαρακτηρισμός μιας διαφήμισης ως πολιτικής διαφήμισης

1. *Προκειμένου να προσδιοριστεί κατά πόσον ένα μήνυμα συνιστά πολιτική διαφήμιση κατά την έννοια του άρθρου 2 σημείο 2 στοιχείο β), λαμβάνονται υπόψη τα σχετικά χαρακτηριστικά του, όπως:*
- (α) το περιεχόμενο του μηνύματος·*
 - (β) ο χορηγός του μηνύματος·*
 - (γ) η γλώσσα που χρησιμοποιείται για τη μετάδοση του μηνύματος, τα μέσα με τα οποία προωθείται, δημοσιεύεται ή διαδίδεται το μήνυμα, και το στοχευόμενο κοινό·*
 - (δ) το πλαίσιο εντός του οποίου μεταδίδεται το μήνυμα, συμπεριλαμβανομένης της περιόδου διάδοσης, όπως οι περίοδοι εκλογών ή δημοψηφίσματος και η νομοθετική ή κανονιστική διαδικασία·*
 - (ε) ο σκοπός του μηνύματος.*

2. **Θα πρέπει να υφίσταται σαφής και ουσιώδης σύνδεσμος μεταξύ του μηνύματος και της δυνατότητάς του να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, τη συμπεριφορά κατά την ψηφοφορία ή νομοθετική ή κανονιστική διαδικασία.**

Άρθρο 3

Αρχή της εσωτερικής αγοράς[...]

1. Τα κράτη μέλη δεν διατηρούν ούτε θεσπίζουν, για λόγους διαφάνειας **της πολιτικής διαφήμισης**, διατάξεις ή μέτρα που παρεκκλίνουν από τα προβλεπόμενα στον παρόντα κανονισμό.
2. Η παροχή[...] υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν απαγορεύεται ούτε περιορίζεται για λόγους διαφάνειας όταν πληρούνται οι απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ — ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Άρθρο 4

Διαφάνεια των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης

1. Οι υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης παρέχονται με διαφανή τρόπο σύμφωνα με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στο **κεφάλαιο ΙΙ** [...] του παρόντος κανονισμού.
- 1α. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης μεριμνούν ώστε οι συμβατικές ρυθμίσεις που συνάπτονται για την παροχή υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης να καθιστούν δυνατή τη συμμόρφωση με τις σχετικές διατάξεις του παρόντος κανονισμού.**

Άρθρο 5

Προσδιορισμός των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης

1. Οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών ζητούν από χορηγούς και παρόχους διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργούν για λογαριασμό χορηγών να δηλώσουν αν η διαφημιστική υπηρεσία που ζητούν από τον πάροχο υπηρεσιών συνιστά υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 5. Οι χορηγοί και οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργούν για λογαριασμό χορηγών υποβάλλουν σχετική δήλωση **με ειλικρίνεια**.
2. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης μεριμνούν ώστε οι συμβατικές ρυθμίσεις που συνάπτονται για την παροχή υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης **να απαιτούν από τον χορηγό ή τους παρόχους υπηρεσιών διαφήμισης που ενεργούν για λογαριασμό [...] χορηγών να παράσχουν τις απαραίτητες σχετικές πληροφορίες για τη συμμόρφωση με το άρθρο 6 παράγραφος 1. Οι πληροφορίες αυτές διαβιβάζονται με πλήρη και ακριβή τρόπο και χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση. [...]**
- 2α. Όταν ένας πάροχος διαφημιστικών υπηρεσιών αντιληφθεί ή γνωρίζει ότι [...] μια δήλωση ή μια πληροφορία είναι προδήλως εσφαλμένη, ζητεί από τον χορηγό [...] ή τον πάροχο [...] διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργεί για λογαριασμό χορηγού [...] να διορθώσει τη δήλωση ή τις πληροφορίες που παρέσχε. Οι χορηγοί ή οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργούν για λογαριασμό χορηγών προβαίνουν στις εν λόγω διορθώσεις με πλήρη και ακριβή τρόπο και χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση.**

Τήρηση αρχείων [...]

1. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης διατηρούν τις πληροφορίες που συλλέγουν κατά την παροχή των υπηρεσιών τους, σχετικά με τα ακόλουθα:
 - α) την πολιτική διαφήμιση ή την εκστρατεία πολιτικής διαφήμισης με την οποία συνδέονται η υπηρεσία ή οι υπηρεσίες·
 - β) τη συγκεκριμένη υπηρεσία ή υπηρεσίες **που** παρείχαν σε σχέση με την πολιτική διαφήμιση·
 - γ) τα ποσά που χρέωσαν για την παρεχόμενη υπηρεσία ή υπηρεσίες και την αξία άλλων οφελών που έλαβαν εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για την υπηρεσία ή τις υπηρεσίες που παρασχέθηκαν **και τις πηγές τους**· [...]
 - δ) [...] την ταυτότητα του χορηγού **της πολιτικής διαφήμισης και, κατά περίπτωση, της οντότητας που ελέγχει τελικά τον χορηγό**, [...]τα στοιχεία επικοινωνίας **τους και, για τα νομικά πρόσωπα, τον τόπο εγκατάστασής τους· και**
 - δ-α) κατά περίπτωση, ένδειξη των εκλογών ή των δημοψηφισμάτων με τα οποία συνδέεται η πολιτική διαφήμιση·**
2. Οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 παρέχονται **εγγράφως ή [...]** [...] σε ηλεκτρονική μορφή. Οι πληροφορίες αυτές διατηρούνται για περίοδο πέντε ετών από την ημερομηνία της τελευταίας προετοιμασίας, τοποθέτησης, **προώθησης**, δημοσίευσης ή διάδοσης, ανάλογα με την περίπτωση.
- 2α. **Το παρόν άρθρο δεν εφαρμόζεται σε επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφος 1 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ, εάν η παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών είναι καθαρά περιθωριακή και επικουρική σε σχέση με τις κύριες δραστηριότητές τους.**
3. [...]

Άρθρο 6

Διαβίβαση πληροφοριών στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης

- 1. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης μεριμνούν ώστε οι πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 6 παράγραφος 1 να γνωστοποιούνται εγκαίρως και με πλήρη και ακριβή τρόπο στους εκδότες πολιτικής διαφήμισης που θα δημοσιεύσουν ή θα διαδώσουν την πολιτική διαφήμιση, ώστε να μπορούν οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης να συμμορφώνονται με τις υποχρεώσεις τους δυνάμει του παρόντος κανονισμού. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για να διασφαλίζουν την πληρότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών που διατηρούνται σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1.*

Όταν ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης είναι ο μοναδικός πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, ο χορηγός κοινοποιεί τις σχετικές πληροφορίες στον εκδότη.

- 2. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης διαβιβάζουν τις πληροφορίες αυτές ταυτόχρονα με την παροχή της σχετικής υπηρεσίας σύμφωνα με τις βέλτιστες πρακτικές και τα πρότυπα του κλάδου, μέσω τυποποιημένης αυτοματοποιημένης διαδικασίας, όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό.*
- 3. Όταν πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης αντιληφθεί ότι οι πληροφορίες που έχει διαβιβάσει έχουν επικαιροποιηθεί, μεριμνά ώστε οι επικαιροποιημένες αυτές πληροφορίες να κοινοποιούνται στον αρμόδιο εκδότη πολιτικής διαφήμισης.*

Απαιτήσεις διαφάνειας για κάθε πολιτική διαφήμιση

1. **Ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης [...]** καθιστά [...] διαθέσιμες, **μαζί με κάθε πολιτική διαφήμιση**, [...] τις ακόλουθες πληροφορίες με σαφή, ευδιάκριτο και αδιαμφισβήτητο τρόπο:

- α) μια δήλωση ότι πρόκειται για πολιτική διαφήμιση·
- β) την ταυτότητα του χορηγού της πολιτικής διαφήμισης και, **κατά περίπτωση**, της οντότητας που ελέγχει τελικά τον χορηγό·

β-α) κατά περίπτωση, δήλωση σύμφωνα με την οποία η πολιτική διαφήμιση είναι στοχευμένη ή ενισχυμένη·

- γ) μια ανακοίνωση διαφάνειας που θα επιτρέπει την κατανόηση του ευρύτερου πλαισίου της πολιτικής διαφήμισης και των στόχων της, ή σαφή ένδειξη του πού μπορεί να ανακτηθεί εύκολα.

Στο πλαίσιο αυτό, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης χρησιμοποιούν τεχνικές αποτελεσματικής και εμφανούς σήμανσης και επισήμανσης που επιτρέπουν την εύκολη αναγνώριση της διαφήμισης ως πολιτικής και τη διατήρηση της σήμανσης ή της επισήμανσης σε περίπτωση περαιτέρω διάδοσης μιας πολιτικής διαφήμισης.

2. Η ανακοίνωση διαφάνειας [...] περιλαμβάνει **τουλάχιστον** τις ακόλουθες πληροφορίες:

- α) την ταυτότητα του χορηγού **και, κατά περίπτωση, της οντότητας που ελέγχει τελικά τον χορηγό** [...]

- β) [...]

- γ) [...] πληροφορίες σχετικά με τα συνολικά ποσά ή άλλα οφέλη που χορηγήθηκαν **στους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που χορηγήθηκαν στον εκδότη**, εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για **τις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης που παρέχονται για** [...] τη σχετική διαφήμιση, και **για** [...] την εκστρατεία πολιτικής διαφήμισης, κατά περίπτωση, καθώς και τις πηγές τους·

- δ) κατά περίπτωση, αναφορά των εκλογών ή των δημοψηφισμάτων με τα οποία συνδέεται η διαφήμιση·
- ε) κατά περίπτωση, συνδέσμους προς επιγραμμικά αποθετήρια διαφημίσεων *στα οποία γίνεται αναφορά στην παράγραφο 6*·
- ε-α) *κατά περίπτωση, τις πληροφορίες που ορίζονται στο άρθρο 12α παράγραφος 1 στοιχείο γ) και γ-α)*·

στ) [...]

ζ)[...] Στις πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση διαφάνειας *συγκαταλέγονται τα στοιχεία [...]* που ορίζονται στο παράρτημα Ι.

- 2α. *Η ανακοίνωση διαφάνειας περιλαμβάνεται σε κάθε πολιτική διαφήμιση ή ανακτάται εύκολα από την αρχική της δημοσίευση και έως ότου παραμείνει δημοσιευμένη. Οι ανακοινώσεις διαφάνειας παρουσιάζονται σε μορφότυπο εύκολα προσβάσιμο και, όπου είναι τεχνικά εφικτό, σε μηχαναγνώσιμο μορφότυπο, ευδιάκριτο και εύχρηστο, μεταξύ άλλων με τη χρήση απλής γλώσσας. Οι ανακοινώσεις διαφάνειας που είναι μηχαναγνώσιμες καθίστανται προσβάσιμες μέσω κοινής δημοσίως διαθέσιμης διεπαφής προγραμματισμού εφαρμογών.*
3. Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για να διασφαλίζουν την πληρότητα, την *ακρίβεια και την επικαιροποίηση* των πληροφοριών που αναφέρονται στην παράγραφο [...] 2. *Όταν ο χορηγός ή ο πάροχος [...] υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης αντιληφθεί ότι οι πληροφορίες που μεταδίδονται στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης ή δημοσιεύονται από αυτόν είναι ελλιπείς ή ανακριβείς, επικοινωνεί, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, με τον οικείο εκδότη πολιτικής διαφήμισης και, κατά περίπτωση, διαβιβάζει πλήρεις ή διορθωμένες πληροφορίες στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης. Αν ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης αντιληφθεί με οποιονδήποτε τρόπο ότι οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 2 είναι ελλιπείς ή ανακριβείς, καταβάλλει εύλογες προσπάθειες για τη συμπλήρωση ή τη διόρθωση των πληροφοριών, μεταξύ άλλων, κατά περίπτωση, επικοινωνώντας με τον οικείο χορηγό ή τους οικείους παρόχους υπηρεσιών για τον σκοπό αυτό.[...] Αν οι πληροφορίες δεν μπορούν να συμπληρωθούν ή να διορθωθούν χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, ο εκδότης δεν καθιστά διαθέσιμη την πολιτική διαφήμιση [...] ή διακόπτει τη δημοσίευση ή τη*

διάδοσή [...]της. Ο εκδότης ενημερώνει τον χορηγό ή τον πάροχο υπηρεσιών που ενεργεί για λογαριασμό του χορηγού εάν η πολιτική διαφήμιση που παρέχει δεν είναι διαθέσιμη ή διακόπτεται.

4. [...]
5. Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης διατηρούν τις ανακοινώσεις διαφάνειας μαζί με τυχόν τροποποιήσεις για περίοδο πέντε ετών μετά την *τελευταία δημοσίευση*[...][...].
- 5α. *Η παράγραφος 5 δεν εφαρμόζεται σε επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφος 1 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ, υπό τον όρο ότι η παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών είναι καθαρά περιθωριακή και επικουρική σε σχέση με τις κύριες δραστηριότητές τους.*
6. Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του άρθρου 25 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] διασφαλίζουν ότι, *για κάθε πολιτική διαφήμιση, οι πληροφορίες που ορίζονται στην παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου καθίστανται διαθέσιμες άμεσα στα αποθετήρια που αναφέρονται [...] στο άρθρο [39[...]] του εν λόγω κανονισμού [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Οι πληροφορίες αυτές επικαιροποιούνται και παρέχονται σύμφωνα με συμφωνημένο πρότυπο του κλάδου για την προσβασιμότητα, τη δομή των δεδομένων και την πρόσβαση μέσω κοινής δημοσίως διαθέσιμης διεπαφής προγραμματισμού εφαρμογών*[...].
7. Τα κράτη μέλη, συμπεριλαμβανομένων των αρμόδιων αρχών, και η Επιτροπή ενθαρρύνουν την εκπόνηση κωδίκων δεοντολογίας που έχουν ως στόχο να συμβάλουν στην ορθή εφαρμογή του παρόντος άρθρου, λαμβάνοντας υπόψη τα ειδικά χαρακτηριστικά των εμπλεκόμενων σχετικών παρόχων υπηρεσιών και τις ειδικές ανάγκες των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, κατά την έννοια του άρθρου 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ.

8. Ανατίθεται στην Επιτροπή η εξουσία να εκδίδει κατ' εξουσιοδότηση πράξεις σύμφωνα με το άρθρο 19 για την τροποποίηση του παραρτήματος I προσθέτοντας [...] *ή* τροποποιώντας [...] στοιχεία από τον *οικείο* κατάλογο πληροφοριών [...] υπό το πρίσμα των τεχνολογικών εξελίξεων, *σχετικών επιστημονικών ερευνών, των εξελίξεων στην εποπτεία από αρμόδιες αρχές και των σχετικών οδηγιών που εκδίδονται από τους αρμόδιους φορείς, και υπό την προϋπόθεση ότι τα στοιχεία που ορίζονται στην παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου διατηρούνται και* ότι τέτοιου είδους τροποποίηση είναι αναγκαία ώστε να γίνουν κατανοητά το ευρύτερο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης και οι σκοποί της.

Άρθρο 8

Περιοδική υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης

1. [...]Οι εκδότες *πολιτικής* διαφήμισης περιλαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα ποσά ή την αξία άλλων οφελών που λαμβάνουν εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για *τις* [...] *παρεχόμενες* υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης, συγκεντρωτικά ανά εκστρατεία, *που επισυνάπτονται στην* [...] έκθεση διαχείρισής τους κατά την έννοια του άρθρου 19 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ[...].
2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται σε επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3*παράγραφοι 1 έως* [...]3[...] της οδηγίας 2013/34/ΕΕ.

Άρθρο 9

Υπόδειξη πιθανών παράνομων πολιτικών διαφημίσεων

- 1.[...] [...]Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης [...] δίνουν τη δυνατότητα στα *φυσικά ή νομικά πρόσωπα* [...] να τους κοινοποιούν, δωρεάν, ότι μια συγκεκριμένη διαφήμιση που έχουν δημοσιεύσει δεν συμμορφώνεται με τον παρόντα κανονισμό.

- 2.[...] Οι πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο κοινοποίησης των πολιτικών διαφημίσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 1 είναι φιλικές προς τον χρήστη και εύκολα προσβάσιμες, μεταξύ άλλων και από την ανακοίνωση διαφάνειας.
[...] Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης επιτρέπουν την υποβολή της **κοινοποίησης** [...] που αναφέρεται στην παράγραφο 1 με ηλεκτρονικά μέσα.
3. **Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για τη δέουσα και αντικειμενική εξέταση, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, των κοινοποιήσεων που λαμβάνουν σύμφωνα με την παράγραφο 1, επικοινωνώντας με τον σχετικό πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και, κατά περίπτωση, με τον χορηγό.**
- 3α[...] [...]Οι εκδότες πολιτικής [...] διαφήμισης ενημερώνουν, **τουλάχιστον κατόπιν αιτήματος και χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, τα πρόσωπα τα οποία προέβησαν στην κοινοποίηση που αναφέρεται στην παράγραφο 1** [...]σχετικά με τις δράσεις που ελήφθησαν σε συνέχεια της κοινοποίησης αυτής[...]. **Οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφος 1 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με την παρούσα παράγραφο.**
- 3β. **Κατά τον τελευταίο μήνα πριν από τη διεξαγωγή εκλογών ή δημοψηφίσματος, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης που είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2022/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] εξετάζουν εντός 48 ωρών τυχόν κοινοποίηση που θα λάβουν σχετικά με διαφήμιση η οποία σχετίζεται με τις εν λόγω εκλογές ή το εν λόγω δημοψήφισμα.**
- 4.[...] Επανελημμένες κοινοποιήσεις βάσει της παραγράφου 1 σχετικά με την ίδια διαφήμιση ή διαφημιστική εκστρατεία μπορούν να απαντηθούν συλλογικά, μεταξύ άλλων με αναφορά σε ανακοίνωση στον ιστότοπο του σχετικού εκδότη πολιτικής διαφήμισης.

Άρθρο 10

Διαβίβαση πληροφοριών στις αρμόδιες αρχές

1. **Για τον έλεγχο της συμμόρφωσης με τα άρθρα 6, 7 και 8, [...]οι αρμόδιες εθνικές αρχές έχουν την εξουσία να ζητούν από [...] παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να διαβιβάσουν [...] όλες τις απαραίτητες [...] πληροφορίες [...]. Οι διαβιβαζόμενες πληροφορίες είναι [...] πλήρεις, ακριβείς και αξιόπιστες και παρέχονται σε σαφή, συνεκτική, ενοποιημένη και κατανοητή μορφή. Όπου είναι τεχνικά εφικτό, οι πληροφορίες διαβιβάζονται σε μηχαναγνώσιμο μορφότυπο.**

- 1α.** Το αίτημα που αναφέρεται στην παράγραφο 1 περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:
- α) αιτιολογία που εξηγεί τον στόχο για τον οποίο ζητούνται οι πληροφορίες και τους λόγους για τους οποίους το αίτημα είναι αναγκαίο και αναλογικό, εκτός εάν το αίτημα επιδιώκει τον στόχο της πρόληψης, *ανίχνευσης*, διερεύνησης, [...] και δίωξης ποινικών αδικημάτων *ή σοβαρών διοικητικών παραβάσεων* και στον βαθμό που οι λόγοι της αίτησης θα έθεταν σε κίνδυνο τον εν λόγω στόχο·
 - β) πληροφορίες σχετικά με την έννομη προστασία που έχει στη διάθεσή του ο σχετικός πάροχος υπηρεσιών και ο χορηγός της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης.
2. Μετά την παραλαβή αιτήματος σύμφωνα με την παράγραφο 1, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης επιβεβαιώνουν, εντός δύο εργάσιμων ημερών, την παραλαβή του εν λόγω αιτήματος και ενημερώνουν την αρχή σχετικά με τα μέτρα που έχουν ληφθεί για τη συμμόρφωσή τους προς αυτήν. Ο σχετικός πάροχος υπηρεσιών παρέχει τις ζητούμενες πληροφορίες εντός δέκα εργάσιμων ημερών. ***Ωστόσο, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφοι 1 έως 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για την παροχή των ζητούμενων πληροφοριών εντός δεκαπέντε εργάσιμων ημερών.***
- 2α.** ***Κατά παρέκκλιση από την παράγραφο 3, κατά τον τελευταίο μήνα πριν από τη διεξαγωγή εκλογών ή δημοψηφίσματος, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης παρέχουν τις ζητούμενες πληροφορίες εντός 48 ωρών. Ωστόσο, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφοι 1 έως 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για την παροχή των ζητούμενων πληροφοριών χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και, εφόσον είναι δυνατό, πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής των εκλογών ή του δημοψηφίσματος.***
3. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ορίζουν σημείο επαφής για την αλληλεπίδραση με τις αρμόδιες εθνικές αρχές. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που πληρούν τις προϋποθέσεις του [...] άρθρου 3 παράγραφοι 1 έως 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ μπορούν να διορίζουν εξωτερικό φυσικό πρόσωπο ως σημείο επαφής.

Διαβίβαση πληροφοριών σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες

1. *Κατόπιν αιτήματος από τις ενδιαφερόμενες οντότητες, οι π[...]*άροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης [...] διαβιβάζουν, *δωρεάν*, στις οντότητες *αυτές* τις πληροφορίες [...] που απαιτείται να διαθέτουν σύμφωνα [...] με τα [...] άρθρα 6 και 7 [...] [...].

2. Οι ενδιαφερόμενες οντότητες που ζητούν τη διαβίβαση πληροφοριών σύμφωνα με την παράγραφο 1 είναι ανεξάρτητες από εμπορικά συμφέροντα και εμπίπτουν σε μία ή περισσότερες από τις ακόλουθες κατηγορίες:

α) διαπιστευμένοι ερευνητές που υποβάλλονται σε έλεγχο σύμφωνα με το άρθρο 31 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].

β) μέλη οργάνωσης της κοινωνίας των πολιτών της οποίας καταστατικοί στόχοι είναι η προστασία και η προώθηση του δημόσιου συμφέροντος και η οποία έχει αδειοδοτηθεί βάσει του εθνικού ή του ενωσιακού δικαίου.

γ) πολιτικοί παράγοντες [...]· [...]

δ) εθνικοί ή διεθνείς παρατηρητές εκλογών *αναγνωρισμένοι*[...] σε κράτος μέλος [...]·
ή

δ-α) δημοσιογράφοι.

[...]

3. Μετά από αίτημα ενδιαφερόμενης οντότητας, ο πάροχος υπηρεσιών καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για να παράσχει τις ζητούμενες πληροφορίες ή την αιτιολογημένη απάντησή του σύμφωνα με την παράγραφο 5, εντός ενός μηνός.

4. Κατά την προετοιμασία των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με την παράγραφο 1, ο πάροχος υπηρεσιών μπορεί να συγκεντρώνει τα σχετικά ποσά ή να τα τοποθετεί σε ένα εύρος τιμών, στον βαθμό που απαιτείται για την προστασία των εμπορικών έννομων συμφερόντων του.
5. Όταν τα αιτήματα σύμφωνα με την παράγραφο 1 είναι προδήλως αβάσιμα, ασαφή ή υπερβολικά, ιδίως λόγω έλλειψης σαφήνειας, ο πάροχος υπηρεσιών μπορεί να αρνηθεί να απαντήσει. Στην περίπτωση αυτή, ο οικείος πάροχος υπηρεσιών αποστέλλει αιτιολογημένη απάντηση *και πληροφορίες σχετικά με τα διαθέσιμα μέσα έννομης προστασίας* στην ενδιαφερόμενη οντότητα που υποβάλλει το αίτημα.
6. Όταν *η εξέταση των* αιτημάτων δυνάμει της παραγράφου 1[...] συνεπάγεται σημαντικό κόστος, ο πάροχος υπηρεσιών μπορεί να επιβάλει εύλογο και αναλογικό τέλος, το οποίο σε κάθε περίπτωση δεν υπερβαίνει το διοικητικό κόστος παροχής των ζητούμενων πληροφοριών.
7. Οι πάροχοι υπηρεσιών φέρουν το βάρος της απόδειξης ότι ένα αίτημα είναι προδήλως αβάσιμο, ασαφές ή υπερβολικό, ή ότι η εξέταση των αιτημάτων [...] συνεπάγεται σημαντικό κόστος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ — ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Άρθρο 12

Απαγορεύσεις[...] σχετικά με τη στόχευση και την ενίσχυση

1. Απαγορεύονται οι τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης που συνεπάγονται την επεξεργασία *ειδικών κατηγοριών* δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αναφέρεται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης.
2. *Η παράγραφος 1 [...] [...] δεν εφαρμόζεται στις περιπτώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο α) [...] του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 2 στοιχείο α) [...] του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. Για τους σκοπούς της εφαρμογής της παρούσας παραγράφου, η ρητή συγκατάθεση κατά την έννοια των κανονισμών (ΕΕ) 2016/679 και (ΕΕ) 2018/1725 παρέχεται χωριστά και ειδικά για τους σκοπούς της πολιτικής διαφήμισης.*
- 2α. *Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται στις περιπτώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο δ) του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 2 στοιχείο δ) του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725.*
3. *Απαγορεύονται οι τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ενός υποκειμένου το οποίο είναι γνωστό με εύλογη βεβαιότητα ότι είναι τουλάχιστον ένα έτος νεότερο από την ηλικία ψήφου που καθορίζεται από τους εθνικούς κανόνες, στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης.*

Άρθρο 12α

Ειδικές απαιτήσεις σχετικά με τη στόχευση και την ενίσχυση

- 1[...]. Κατά τη χρήση τεχνικών στόχευσης ή ενίσχυσης στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας, επιπλέον των απαιτήσεων που ορίζονται στον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679 και στον κανονισμό (ΕΕ) 2018/1725, κατά περίπτωση, συμμορφώνονται με τις ακόλουθες απαιτήσεις:

- α) υιοθετούν, [...]εφαρμόζουν **και καθιστούν διαθέσιμη στο κοινό** εσωτερική πολιτική που περιγράφει με σαφήνεια και σε απλή γλώσσα **τον τρόπο με τον οποίο** [...] [...] τέτοιες τεχνικές **χρησιμοποιούνται** [...], και διατηρούν την πολιτική αυτή για περίοδο πέντε ετών **από την τελευταία χρήση των τεχνικών αυτών**
- β) τηρούν αρχεία σχετικά με τη χρήση της στόχευσης ή της ενίσχυσης, τους σχετικούς μηχανισμούς, τις τεχνικές και τις παραμέτρους που χρησιμοποιούνται, καθώς και την πηγή ή τις πηγές των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται.
- γ) **διασφαλίζουν την παροχή** [...], μαζί με **την ένδειξη ότι πρόκειται για** πολιτική διαφήμιση, πρόσθετων πληροφοριών που είναι απαραίτητες για να μπορεί το ενδιαφερόμενο άτομο να κατανοήσει τη σχετική λογική και τις κύριες παραμέτρους της χρησιμοποιούμενης τεχνικής, καθώς και τη χρήση δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών. **Οι πληροφορίες αυτές περιλαμβάνουν τουλάχιστον τα ακόλουθα:**
- i) **τις συγκεκριμένες ομάδες των αποδεκτών στους οποίους απευθύνεται στοχευμένα η διαφήμιση, περιλαμβανομένων των παραμέτρων που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό των αποδεκτών μεταξύ των οποίων διαδίδεται η διαφήμιση·**
- ii) **τις κατηγορίες και την πηγή των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται για την στόχευση και την ενίσχυση·**

Στις [...] πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται συγκαταλέγονται και τα [...] στοιχεία που ορίζονται στο παράρτημα II.

- γ-α) [...] **περιλαμβάνουν**, μαζί με τη διαφήμιση, [...] ή στην ανακοίνωση διαφάνειας που απαιτείται βάσει του άρθρου 7, αναφορά σε αποτελεσματικά μέσα στήριξης των ατόμων που ασκούν τα δικαιώματά τους δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, κατά περίπτωση, και ιδίως αναφορά στο **δικαίωμα των ατόμων να παρέχουν ή να ανακαλούν τη συγκατάθεσή τους, κατά περίπτωση, και στο δικαίωμα εναντίωσης. Η αναφορά αυτή περιλαμβάνει σύνδεσμο προς διεπαφή που επιτρέπει την άσκηση του εν λόγω δικαιώματος.**

2[...]. [...] **Στην περίπτωση που ο υπεύθυνος επεξεργασίας δεν ταυτίζεται με τον εκδότη πολιτικής διαφήμισης, ο υπεύθυνος επεξεργασίας διαβιβάζει την εσωτερική πολιτική και**

μεριμνά για τη διαβίβαση των πληροφοριών που αναφέρονται στην παράγραφο 1 στοιχείο γ) και γ-α)[...] στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης έτσι ώστε ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης να είναι σε θέση να συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις του δυνάμει του παρόντος κανονισμού. Οι πληροφορίες διαβιβάζονται εγκαίρως και με ακρίβεια σύμφωνα με τις βέλτιστες πρακτικές και τα πρότυπα του κλάδου, μέσω τυποποιημένης αυτοματοποιημένης διαδικασίας, όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό.

3. *Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης διαβιβάζουν, εφόσον απαιτείται, στους υπεύθυνους επεξεργασίας τις πληροφορίες που απαιτούνται για τη συμμόρφωση με τις παραγράφους 1 και 2.*

5. [...]

4[...]. Οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με τις παραγράφους 1 έως 3 [...] παρουσιάζονται σε μορφότυπο εύκολα προσβάσιμο και, όπου είναι τεχνικά εφικτό, σε μηχαναγνώσιμο μορφότυπο, ευδιάκριτο και εύχρηστο, μεταξύ άλλων με τη χρήση απλής γλώσσας.

7. [...]

5[...]. Ανατίθεται στην Επιτροπή η εξουσία να εκδίδει κατ' εξουσιοδότηση πράξεις σύμφωνα με το άρθρο 19 για την τροποποίηση του παραρτήματος II **προσθέτοντας ή** τροποποιώντας [...] στοιχεία από τον **οικείο** κατάλογο πληροφοριών [...] υπό το πρίσμα των τεχνολογικών εξελίξεων, [...] σχετικών επιστημονικών ερευνών, των εξελίξεων στην εποπτεία από αρμόδιες αρχές και των σχετικών οδηγιών που εκδίδονται από τους αρμόδιους φορείς, **και υπό την προϋπόθεση ότι τα στοιχεία που ορίζονται στην παράγραφο 1 στοιχείο γ) του παρόντος άρθρου διατηρούνται.**

Άρθρο 13

Διαβίβαση πληροφοριών σχετικά με τη στόχευση ή την ενίσχυση σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες

1. [...] [...] **Οι** υπεύθυνοι επεξεργασίας [...] λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για να διαβιβάσουν, κατόπιν αιτήματος από τις ενδιαφερόμενες οντότητες σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 1, **και δωρεάν**, τις πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 12α.
2. Το άρθρο 11 παράγραφοι 2 έως 7 εφαρμόζονται τηρουμένων των αναλογιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV — ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΒΟΛΗ

Άρθρο 14

Νόμιμος εκπρόσωπος

1. Οι πάροχοι υπηρεσιών που παρέχουν υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης στην Ένωση, αλλά δεν διαθέτουν εγκατάσταση στην Ένωση, ορίζουν εγγράφως φυσικό ή νομικό πρόσωπο ως νόμιμο εκπρόσωπό τους σε ένα από τα κράτη μέλη στα οποία ο πάροχος προσφέρει τις υπηρεσίες του. **Ο ορισθείς νόμιμος εκπρόσωπος εγγράφεται στην αρμόδια αρχή που αναφέρεται στην παράγραφο 2α.**
 - 1α. **Όταν οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν συμμορφώνονται με την υποχρέωση της παραγράφου 1, τα κράτη μέλη λαμβάνουν κάθε κατάλληλο μέτρο για να διασφαλίσουν τη συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό, μεταξύ άλλων με τη διακοπή της δημοσίευσης ή της διάδοσης των σχετικών πολιτικών διαφημίσεων, όταν η συμμόρφωση δεν μπορεί να διασφαλιστεί διαφορετικά.**
2. Ο νόμιμος εκπρόσωπος είναι υπεύθυνος για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις υποχρεώσεις του αντιπροσωπευόμενου παρόχου υπηρεσιών σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό και είναι ο αποδέκτης όλων των επικοινωνιών που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό με τον σχετικό πάροχο υπηρεσιών. Κάθε επικοινωνία με τον εν λόγω νόμιμο εκπρόσωπο θεωρείται ανακοίνωση προς τον αντιπροσωπευόμενο πάροχο υπηρεσιών.
 - 2α. **Τα κράτη μέλη ορίζουν μία αρμόδια αρχή υπεύθυνη για την επιγραμμική δημοσίευση και την τακτική επικαιροποίηση των πληροφοριών σχετικά με τους ορισθέντες νόμιμους εκπροσώπους που έχουν εγγραφεί σύμφωνα με την παράγραφο 1. Τα κράτη μέλη παρέχουν στην Επιτροπή τους συνδέσμους προς τους σχετικούς δικτυακούς τόπους.**
 - 2β. **Η Επιτροπή δημιουργεί διαδικτυακή πύλη που παραπέμπει στους παρεχόμενους από τα κράτη μέλη δικτυακούς τόπους σύμφωνα με την παράγραφο 2α.**

Αρμόδιες αρχές και σημεία επαφής

1. Οι εποπτικές αρχές που αναφέρονται στο άρθρο 51 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή στο άρθρο 52 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 είναι αρμόδιες για την παρακολούθηση της εφαρμογής των άρθρων 12 και 12α του παρόντος κανονισμού στο αντίστοιχο πεδίο αρμοδιότητάς τους. Το άρθρο 58 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και το άρθρο 58 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 2018/1725 εφαρμόζονται τηρουμένων των αναλογιών. Το κεφάλαιο VII του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 εφαρμόζεται για τις δραστηριότητες που καλύπτονται από τα άρθρα 12 και 12α του παρόντος κανονισμού.
2. Τα κράτη μέλη ορίζουν αρμόδιες αρχές για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης των παρόχων ενδιάμεσων υπηρεσιών, κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στα άρθρα 5 έως 11 και στο άρθρο 14 του παρόντος κανονισμού, κατά περίπτωση. Οι αρμόδιες αρχές που ορίζονται βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] μπορούν επίσης να είναι μία από τις αρμόδιες αρχές που ορίζονται για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης των επιγραμμικών ενδιάμεσων με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στα άρθρα 5 έως 11 και στο άρθρο 14 του παρόντος κανονισμού. Ο συντονιστής ψηφιακών υπηρεσιών που αναφέρεται στο άρθρο 38 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx σε κάθε κράτος μέλος είναι υπεύθυνος για τη διασφάλιση του συντονισμού σε εθνικό επίπεδο όσον αφορά τους παρόχους ενδιάμεσων υπηρεσιών, όπως ορίζονται στον κανονισμό (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Το άρθρο 45 παράγραφοι 1 έως 4 και το άρθρο 46 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] εφαρμόζονται σε θέματα που σχετίζονται με την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού όσον αφορά τους παρόχους ενδιάμεσων υπηρεσιών.
3. Κάθε κράτος μέλος ορίζει μία ή περισσότερες αρμόδιες αρχές που είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή και την επιβολή των πτυχών του παρόντος κανονισμού που δεν αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2. **Οι εν λόγω αρμόδιες αρχές μπορούν να διαφέρουν από αυτές που αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2.** Κάθε αρμόδια αρχή που ορίζεται δυνάμει της παρούσας παραγράφου απολαύει πλήρους διαρθρωτικής ανεξαρτησίας τόσο έναντι του τομέα όσο και από οποιαδήποτε εξωτερική παρέμβαση ή πολιτική πίεση. Παρακολουθεί αποτελεσματικά και λαμβάνει, με πλήρη ανεξαρτησία, τα αναγκαία και αναλογικά μέτρα για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τον παρόντα κανονισμό.

4. [...]
5. Οι αρμόδιες αρχές που αναφέρονται στην παράγραφο 3, κατά την άσκηση των οικείων **καθηκόντων και εξουσιών εποπτείας και** επιβολής [...]σε σχέση με τον παρόντα κανονισμό, έχουν την εξουσία:
- α-α) να ζητούν πρόσβαση σε δεδομένα, έγγραφα ή κάθε αναγκαία πληροφορία, ιδίως αυτών που προέρχονται από τον ενδιαφερόμενο χορηγό ή τους ενδιαφερόμενους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης·**
- α) να εκδίδουν προειδοποιήσεις προς τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σχετικά με τη μη συμμόρφωσή τους με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον παρόντα κανονισμό·
- α-α) να διατάσσουν την παύση των παραβάσεων και να απαιτούν από τους χορηγούς ή τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να λαμβάνουν τα μέτρα που είναι αναγκαία για τη συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό, με σεβασμό, παράλληλα, του θεμελιώδους δικαιώματος της ελευθερίας της έκφρασης και της πληροφόρησης·**
- β) να δημοσιεύουν μια δήλωση στην οποία προσδιορίζεται το νομικό και το φυσικό πρόσωπο ή πρόσωπα που ευθύνονται για την παράβαση υποχρέωσης που προβλέπεται στον παρόντα κανονισμό και η φύση της εν λόγω παράβασης·
- γ) να επιβάλλουν [...] πρόστιμα **ή** [...] οικονομικές κυρώσεις [...] και, κατά περίπτωση, άλλα μέσα έννομης προστασίας, ώστε να τερματιστεί αποτελεσματικά η παράβαση, ή να ζητούν από δικαστική αρχή του κράτους μέλους τους να το πράξει.
6. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν την **αποτελεσματική και διαρθρωμένη** συνεργασία σε **εθνικό επίπεδο** μεταξύ όλων των σχετικών αρμόδιων αρχών που ορίζονται στις **παραγράφους 1 έως 3**[...] για τη διευκόλυνση της ταχείας και ασφαλούς ανταλλαγής πληροφοριών σχετικά με ζητήματα που συνδέονται με την άσκηση των οικείων καθηκόντων **και εξουσιών** εποπτείας και επιβολής δυνάμει του παρόντος κανονισμού, μεταξύ άλλων με [...] την ανταλλαγή πορισμάτων και εμπειρογνωμοσύνης που **συμβάλλουν στον εντοπισμό παραβάσεων** και τη διασύνδεση σχετικά με την εφαρμογή και επιβολή των σχετικών κανόνων.

- 6α. *Οι εμπειρογνώμονες που ορίζουν τα κράτη μέλη συνεδριάζουν περιοδικά σε επίπεδο Ένωσης ιδίως στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές σε στενή συνεργασία με την ομάδα των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων και άλλα συναφή δίκτυα, για να διευκολύνουν την ταχεία και ασφαλή ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με ζητήματα που συνδέονται με την άσκηση των οικείων καθηκόντων εποπτείας και επιβολής σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό.*
7. Κάθε κράτος μέλος ορίζει μια αρμόδια αρχή ως σημείο επαφής σε επίπεδο Ένωσης για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού.

Άρθρο 15α

Διασυνοριακή συνεργασία

1. *Η συμμόρφωση των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης με τον παρόντα κανονισμό υπόκειται στην αρμοδιότητα του κράτους μέλους στο οποίο είναι εγκατεστημένος ο πάροχος. Σε περίπτωση που ο πάροχος είναι εγκατεστημένος σε περισσότερα του ενός κράτη μέλη, θεωρείται ότι υπάγεται στη δικαιοδοσία του κράτους μέλους στο οποίο έχει την έδρα του.*
- 2[...]. *Με την επιφύλαξη του άρθρου 15 παράγραφοι 1 και 2 και της παραγράφου 1 του παρόντος άρθρου, [...], η αρμόδια αρχή ή οι αρμόδιες αρχές όλων των [...] κρατών μελών [...] συνεργάζονται μεταξύ τους και παρέχουν αμοιβαία συνδρομή, ανάλογα με τις ανάγκες.*

[...]

[...][...]

- 3.[...] *Μια* [...] αρμόδια αρχή, μόλις λάβει αιτιολογημένο αίτημα από άλλη αρμόδια αρχή, παρέχει συνδρομή στην άλλη αρμόδια αρχή **χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και το αργότερο έναν μήνα από την παραλαβή του αιτήματος**, ώστε τα μέτρα εποπτείας ή επιβολής που αναφέρονται στην παράγραφο [...] 5 **του άρθρου 15** να μπορούν να εφαρμοστούν με αποτελεσματικό, αποδοτικό και συνεπή τρόπο. *Μια* [...] [...] αρμόδια αρχή [...], **μόλις λάβει αιτιολογημένο αίτημα για πληροφορίες από την αρμόδια αρχή άλλου κράτους μέλους, παρέχει στην εν λόγω αρμόδια αρχή, μέσω των σημείων επαφής που αναφέρονται στην παράγραφο 7 του άρθρου 15, τις ζητούμενες πληροφορίες χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και το αργότερο εντός 14 ημερών μετά την παραλαβή του αιτήματος. Η προθεσμία μπορεί να παραταθεί σε έναν μήνα σε περιπτώσεις που απαιτούνται πρόσθετες έρευνες ή πληροφορίες από πολλές διαφορετικές αρμόδιες αρχές.**[...]
4. *Όταν η αρμόδια αρχή κράτους μέλους έχει λόγους να υποπτεύεται ότι ένας πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, ο οποίος έχει την έδρα του σε άλλο κράτος μέλος, έχει παραβεί τον παρόντα κανονισμό στην επικράτεια του κράτους μέλους της, ενημερώνει την αρμόδια αρχή του κράτους μέλους της έδρας, μέσω του σημείου επαφής που αναφέρεται στο άρθρο 15 παράγραφος 7.*
5. *Η ενημέρωση σύμφωνα με την παράγραφο 4 είναι δεόντως αιτιολογημένη και αναφέρει τουλάχιστον τα εξής:*
- α) *τις πληροφορίες που επιτρέπουν την ταυτοποίηση του παρόχου υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης·*

- β) περιγραφή των σχετικών πραγματικών περιστατικών, των σχετικών διατάξεων του παρόντος κανονισμού και των λόγων για τους οποίους η αρμόδια αρχή που απέστειλε την ενημέρωση υποψιάζεται ότι ο οικείος πάροχος υπηρεσιών παρέβη τον παρόντα κανονισμό, συμπεριλαμβανομένης, κατά περίπτωση, περιγραφής των πραγματικών περιστατικών που θα επέτρεπαν την αξιολόγηση των κριτηρίων που ορίζονται στο άρθρο 16 παράγραφος 3·
- γ) τον τόπο στον οποίο μπορεί να ανακτηθεί η σχετική πολιτική διαφήμιση ή αντίγραφο της·
- δ) κάθε άλλη πληροφορία την οποία θεωρεί συναφή η αρμόδια αρχή που έστειλε την ενημέρωση, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, πληροφοριών που συλλέγονται με δική της πρωτοβουλία.
6. Όταν η αρμόδια αρχή της έδρας του παρόχου υπηρεσιών δεν διαθέτει επαρκείς πληροφορίες για να ενεργήσει μετά την ενημέρωση που αναφέρεται στην παράγραφο 4, μπορεί να ζητήσει πρόσθετες πληροφορίες από την αρμόδια αρχή που προέβη στην ενημέρωση, η οποία παρέχει τις ζητούμενες πληροφορίες χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση.
7. Η αρμόδια αρχή της έδρας του παρόχου υπηρεσιών, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και το αργότερο εντός ενός μηνός από την παραλαβή της ενημέρωσης που αναφέρεται στην παράγραφο 4 ή, κατά περίπτωση, των πληροφοριών που αναφέρονται στην παράγραφο 6, κοινοποιεί στην αρμόδια αρχή που προέβη στην ενημέρωση την εκτίμησή της σχετικά με την εικαζόμενη παράβαση και περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τα μέτρα έρευνας ή επιβολής που έχουν ληφθεί ή πρόκειται να ληφθούν, προκειμένου να διασφαλιστεί η συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό.
8. Όταν η διερεύνηση εικαζόμενης παράβασης αφορά την παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε ένα ή περισσότερα κράτη μέλη στα οποία ο πάροχος δεν έχει την έδρα του, η αρμόδια αρχή της έδρας μπορεί να κινήσει και να ηγηθεί κοινής έρευνας με τη συμμετοχή της οικείας αρμόδιας αρχής ή των οικείων αρμόδιων αρχών:
- α) με δική της πρωτοβουλία και αφού λάβει τη σύμφωνη γνώμη της αρμόδιας αρχής ή των αρμόδιων αρχών στις οποίες υποβάλλεται το αίτημα· ή

β) κατόπιν αιτήματος άλλης αρμόδιας αρχής ή άλλων αρμόδιων αρχών, με βάση την αιτιολογημένη υπόνοια ότι η παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης από πάροχο υπηρεσιών εγκατεστημένο στο κράτος μέλος της έδρας έγινε κατά παράβαση του παρόντα κανονισμού ή έχει επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό άτομα στο έδαφος της αρμόδιας αρχής ή των αρμόδιων αρχών που υποβάλλουν το αίτημα.

9. *Για τους σκοπούς της παραγράφου 8, η αρμόδια αρχή που ζητεί να κινηθεί κοινή έρευνα παρέχει στην άλλη αρμόδια αρχή ή τις άλλες αρμόδιες αρχές τις πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 5. Εάν μια αρμόδια αρχή αποφασίσει να μην συμμετάσχει σε κοινή έρευνα, παρέχει στην άλλη αρμόδια αρχή ή τις άλλες αρμόδιες αρχές αιτιολογημένη εξήγηση ως προς αυτό. [...]*

10. *Κατά τη διεξαγωγή κοινής έρευνας, οι αρμόδιες αρχές συνεργάζονται καλόπιστα και ασκούν τις ερευνητικές εξουσίες τους όπως απαιτείται για τη διερεύνηση της εικαζόμενης παράβασης. Στο πλαίσιο κοινής έρευνας, οι αρμόδιες αρχές ανταλλάσσουν πληροφορίες για κάθε σχετικό μέτρο επιβολής που λαμβάνουν ή προτίθενται να λάβουν.*

Άρθρο 16

Κυρώσεις

1. [...] Τα κράτη μέλη θεσπίζουν κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις, συμπεριλαμβανομένων [...] προστίμων ή [...] οικονομικών κυρώσεων[...] και, κατά περίπτωση, άλλων μέσων έννομης προστασίας, που επιβάλλονται σε παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης [...] για παραβάσεις των άρθρων 5 έως 11, 13 και 14 και σε χορηγούς για παραβάσεις των άρθρων 5 και 6α.[...] Οι κυρώσεις [...], σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση, είναι αποτελεσματικές, αναλογικές και αποτρεπτικές. **Κατά τον καθορισμό των εφαρμοστέων κυρώσεων, λαμβάνονται υπόψη οι κανόνες που διέπουν την ελευθερία του Τύπου και την ελευθερία της έκφρασης σε άλλα μέσα ενημέρωσης, καθώς και οι κανόνες ή οι κώδικες που διέπουν το επάγγελμα του δημοσιογράφου.**

- 1α. Το μέγιστο ύψος οικονομικής κύρωσης που μπορεί να επιβληθεί βασίζεται στην οικονομική ικανότητα της οντότητας που υπόκειται σε κυρώσεις, το οποίο ανέρχεται σε:**
- α) 4 % του ετήσιου εισοδήματος ή προϋπολογισμού του χορηγού ή του παρόχου υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, κατά περίπτωση, και όποιο είναι υψηλότερο, ή**
 - β) 4 % του ετήσιου παγκόσμιου κύκλου εργασιών του χορηγού ή του παρόχου υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης κατά το προηγούμενο οικονομικό έτος.**
2. Τα κράτη μέλη κοινοποιούν τους κανόνες αυτούς στην Επιτροπή εντός δώδεκα μηνών από την έναρξη ισχύος του παρόντος κανονισμού και της κοινοποιούν, χωρίς καθυστέρηση, τυχόν μετέπειτα τροποποιήσεις που τους επηρεάζουν.
3. Κατά τη λήψη απόφασης σχετικά με το είδος των κυρώσεων [...] και το ύψος τους, σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση λαμβάνονται δεόντως υπόψη, μεταξύ άλλων, τα εξής:
- α) η φύση, η βαρύτητα και η διάρκεια της παράβασης·
 - β) το αν η παράβαση διαπράχθηκε εκ προθέσεως ή εξ αμελείας·
 - γ) τυχόν μέτρα που ελήφθησαν για τον μετριασμό τυχόν ζημίας·
 - δ) τυχόν σχετικές προηγούμενες παραβάσεις και κάθε άλλος επιβαρυντικός ή ελαφρυντικός παράγοντας που εφαρμόζεται στις περιστάσεις της υπόθεσης· και
 - ε) ο βαθμός συνεργασίας με την αρμόδια αρχή.
- ε-α) το μέγεθος και η οικονομική ικανότητα της οντότητας που υπόκειται σε κυρώσεις, κατά περίπτωση.**

4. Οι παραβάσεις των άρθρων **7, 9 και 10** θεωρούνται ιδιαίτερα σοβαρές όταν αφορούν πολιτική διαφήμιση που δημοσιεύεται ή διαδίδεται κατά **τον τελευταίο μήνα πριν από τη διεξαγωγή εκλογών ή δημοψηφίσματος**[...] και απευθύνεται σε πολίτες του κράτους μέλους στο οποίο οργανώνονται οι σχετικές εκλογές **ή το δημοψήφισμα**.
5. [...]
6. Για παραβάσεις των υποχρεώσεων που ορίζονται στα άρθρα **12 και 12α**, οι εποπτικές αρχές που αναφέρονται στο άρθρο 51 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 μπορούν, εντός του πεδίου της αρμοδιότητάς τους, να επιβάλλουν [...] πρόστιμα σύμφωνα με το άρθρο 83 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και έως το ποσό που αναφέρεται στο άρθρο 83 παράγραφος 5 του εν λόγω κανονισμού.
7. Για παραβάσεις των υποχρεώσεων που ορίζονται στα άρθρα **12 και 12α**, η εποπτική αρχή που αναφέρεται στο άρθρο 52 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 μπορεί να επιβάλει, εντός του πεδίου της αρμοδιότητάς της, [...] πρόστιμα σύμφωνα με το άρθρο 66 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 έως το ποσό που αναφέρεται στο άρθρο 66 παράγραφος 3 του εν λόγω κανονισμού.

Άρθρο 16α

Κοινοποιήσεις στην αρμόδια αρχή

Με την επιφύλαξη οποιασδήποτε άλλης διοικητικής διαδικασίας ή δικαστικής προσφυγής, οι αρμόδιες αρχές απευθύνουν δεόντως κάθε κοινοποίηση που λαμβάνουν σχετικά με πιθανή παράβαση του παρόντος κανονισμού και, τουλάχιστον κατόπιν αιτήματος, ενημερώνουν το πρόσωπο που προέβη στην κοινοποίηση σχετικά με τη συνέχεια που δόθηκε σε αυτήν. Κατά τον τελευταίο μήνα πριν από τη διεξαγωγή εκλογών ή δημοψηφίσματος, κάθε κοινοποίηση που λαμβάνεται σχετικά με τις εν λόγω εκλογές ή το εν λόγω δημοψήφισμα εξετάζεται χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση.

Δημοσίευση ημερομηνιών διεξαγωγής εκλογών και δημοψηφισμάτων[...]

- 1.** Τα κράτη μέλη δημοσιεύουν τις ημερομηνίες *διεξαγωγής των εκλογών και των δημοψηφισμάτων*[...] τους σε εύκολα προσβάσιμο τόπο, *και* με κατάλληλη αναφορά στον παρόντα κανονισμό.
- 2.** *Η Επιτροπή παρέχει διαδικτυακή πύλη μέσω της οποίας τα κράτη μέλη γνωστοποιούν, αμέσως μετά την ανακοίνωση, τις ημερομηνίες διεξαγωγής των εκλογών ή των δημοψηφισμάτων τους. Η διαδικτυακή πύλη τίθεται στη διάθεση του κοινού.*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V — ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 18

Αξιολόγηση και επανεξέταση

1. Εντός δύο ετών από κάθε εκλογή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και για πρώτη φορά το αργότερο έως τις 31 Δεκεμβρίου 2026, η Επιτροπή υποβάλλει έκθεση σχετικά με την αξιολόγηση και την αναθεώρηση του παρόντος κανονισμού. Η έκθεση αυτή αξιολογεί την ανάγκη τροποποίησης του παρόντος κανονισμού, *ιδίως όσον αφορά τα εξής:*
 - α) *την αποτελεσματικότητα του παρόντος κανονισμού σε σχέση με συγκεκριμένα μέσα πολιτικής διαφήμισης·*
 - β) *τον περαιτέρω περιορισμό της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς των τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης που ρυθμίζονται από τον παρόντα κανονισμό·*
 - γ) *τον αντίκτυπο του παρόντος κανονισμού στους μικρούς και μεσαίους παράγοντες των μέσων ενημέρωσης·*
 - δ) *το είδος και το ύψος των κυρώσεων που επιβάλλονται από τα κράτη μέλη·*
 - ε) *τη δημιουργία δημόσιων αποθετηρίων για όλες τις επιγραμμικές πολιτικές διαφημίσεις.*
2. Η έκθεση αυτή δημοσιοποιείται.

Άρθρο 19

Άσκηση της εξουσιοδότησης

1. Ανατίθεται στην Επιτροπή η εξουσία να εκδίδει κατ' εξουσιοδότηση πράξεις υπό τους όρους του παρόντος άρθρου.
2. Η εξουσία έκδοσης κατ' εξουσιοδότηση πράξεων που αναφέρεται στο άρθρο 7 παράγραφος 8 και στο άρθρο 12α παράγραφος 5[...] ανατίθεται στην Επιτροπή για περίοδο 3 ετών από την ... [ημερομηνία έναρξης ισχύος της βασικής νομοθετικής πράξης ή οποιαδήποτε άλλη ημερομηνία ορίσουν οι συννομοθέτες]. Η εξουσιοδότηση

ανανεώνεται σιωπηρά για περιόδους ίδιας διάρκειας, εκτός αν το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ή το Συμβούλιο προβάλουν αντιρρήσεις το αργότερο τρεις μήνες πριν από τη λήξη της κάθε περιόδου.[...]

3. Η προβλεπόμενη στο άρθρο 7 παράγραφος 8 και στο άρθρο **12α παράγραφος 5**[...] ανάθεση εξουσιών δύναται να ανακληθεί, ανά πάσα στιγμή, από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ή το Συμβούλιο. Η απόφαση ανάκλησης περατώνει την εξουσιοδότηση που προσδιορίζεται στην εν λόγω απόφαση. Αρχίζει να ισχύει την επομένη της δημοσίευσης της απόφασης στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή σε μεταγενέστερη ημερομηνία που ορίζεται σε αυτή. Δεν θίγει το κύρος των κατ' εξουσιοδότηση πράξεων που ισχύουν ήδη.
- 3α. *Πριν από την έκδοση μιας κατ' εξουσιοδότηση πράξης όπως αναφέρεται στο άρθρο 7 παράγραφος 8 και στο άρθρο 12α παράγραφος 5, η Επιτροπή διεξάγει διαβουλεύσεις με εμπειρογνώμονες που ορίζει κάθε κράτος μέλος σύμφωνα με τις αρχές της διοργανικής συμφωνίας της 13ης Απριλίου 2016 για τη βελτίωση του νομοθετικού έργου.***
4. Μόλις εκδώσει μια κατ' εξουσιοδότηση πράξη, η Επιτροπή την κοινοποιεί ταυτόχρονα στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο.
5. Η κατ' εξουσιοδότηση πράξη που εκδίδεται δυνάμει του άρθρου 7 παράγραφος 8 ή του άρθρου **12α παράγραφος 5**[...] τίθεται σε ισχύ εφόσον δεν έχει διατυπωθεί αντίρρηση από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ή το Συμβούλιο εντός δύο μηνών από την ημέρα που η πράξη κοινοποιείται στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο ή αν, πριν λήξει αυτή η περίοδος, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο ενημερώσουν αμφότερα την Επιτροπή ότι δεν θα προβάλουν αντιρρήσεις. Η προθεσμία αυτή παρατείνεται κατά δύο μήνες κατόπιν πρωτοβουλίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου ή του Συμβουλίου.

Άρθρο 20

Έναρξη ισχύος και εφαρμογή

1. Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει την εικοστή ημέρα από τη δημοσίευσή του στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
2. Η εφαρμογή του ξεκινά **12 μήνες μετά τη δημοσίευσή του στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης [...]**.
3. Ο παρών κανονισμός είναι δεσμευτικός ως προς όλα τα μέρη του και ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος μέλος.

Βρυξέλλες,

Για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο

Ο Πρόεδρος / Η Πρόεδρος

Για το Συμβούλιο

Ο Πρόεδρος / Η Πρόεδρος

Πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται δυνάμει του άρθρου 7 παράγραφος 2

- α) όταν η ειδοποίηση δεν περιλαμβάνεται στην ίδια τη διαφήμιση, παράδειγμα/αναπαράσταση της πολιτικής διαφήμισης ή σύνδεσμος προς αυτήν.
- β) η ταυτότητα και ο τόπος εγκατάστασης του ανάδοχου για λογαριασμό του οποίου διαδίδεται η διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένου του ονόματος, της διεύθυνσης, του αριθμού τηλεφώνου και της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του, καθώς και εάν είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο.
- β-α) πληροφορίες που απαιτούνται βάσει του στοιχείου β) σχετικά με το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει αμοιβή ως αντάλλαγμα για την πολιτική διαφήμιση, εάν το εν λόγω πρόσωπο είναι διαφορετικό από τον χορηγό.**
- γ) η περίοδος κατά την οποία προβάλλεται η πολιτική διαφήμιση και, όπου ισχύει και είναι γνωστό στον εκδότη, το γεγονός ότι η ίδια διαφήμιση έχει διαδοθεί στο παρελθόν.
- δ) οποιεσδήποτε εκλογές με τις οποίες συνδέεται η διαφήμιση, εάν ισχύει.
- ε) το προσωρινό συγκεντρωτικό ποσό που δαπανήθηκε και η αξία άλλων οφελών που ελήφθησαν εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για τη συγκεκριμένη διαφήμιση και για τη συγκεκριμένη διαφημιστική εκστρατεία, κατά περίπτωση, συμπεριλαμβανομένης της προετοιμασίας, τοποθέτησης, προώθησης, δημοσίευσης και διάδοσης των πολιτικών διαφημίσεων, καθώς και το συγκεντρωτικό πραγματικό ποσό που δαπανήθηκε και η αξία των άλλων οφελών που ελήφθησαν, όταν ήταν γνωστά.
- στ) **πληροφορίες σχετικά με τις** πηγές των κεφαλαίων που χρησιμοποιούνται για τη συγκεκριμένη διαφημιστική εκστρατεία, συμπεριλαμβανομένης της προετοιμασίας, τοποθέτησης, προώθησης, δημοσίευσης και διάδοσης των πολιτικών διαφημίσεων.
- ζ) σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τη μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό των ποσών και των αξιών που αναφέρονται στο στοιχείο ε).

- η) όταν ο εκδότης είναι μια πολύ μεγάλη επιγραμμική πλατφόρμα, ένας σύνδεσμος προς την τοποθεσία της διαφήμισης στο αποθετήριο διαφημίσεων του εκδότη.
- θ) όταν η διαφήμιση συνδέεται με συγκεκριμένες εκλογές ή δημοψηφίσματα, συνδέσμους με επίσημες πληροφορίες σχετικά με τις λεπτομέρειες συμμετοχής στις σχετικές εκλογές ή στο σχετικό δημοψήφισμα.
- ι) πληροφορίες σχετικά με τον μηχανισμό που θεσπίζεται βάσει του άρθρου 9.

Πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται δυνάμει του άρθρου 12α παράγραφος 1[...]

- α) οι συγκεκριμένες ομάδες στοχευόμενων παραληπτών, συμπεριλαμβανομένων των παραμέτρων που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό των παραληπτών στους οποίους διαδίδεται η διαφήμιση, με το ίδιο επίπεδο λεπτομέρειας που χρησιμοποιείται για τη στόχευση, των κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται για τη στόχευση και την ενίσχυση, στόχων, μηχανισμών και λογικής στόχευσης και ενίσχυσης, συμπεριλαμβανομένων των παραμέτρων συμπερίληψης και αποκλεισμού και των λόγων για την επιλογή αυτών των παραμέτρων.
- β) η περίοδος διάδοσης, ο αριθμός των ατόμων στα οποία διαδίδεται η διαφήμιση και ενδείξεις για το μέγεθος του στοχευόμενου κοινού στο σχετικό εκλογικό σώμα.
- γ) η πηγή των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αναφέρονται στο στοιχείο α), συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των πληροφοριών ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα προέρχονται, συνάγονται ή λαμβάνονται από τρίτο μέρος και η ταυτότητά του, καθώς και σύνδεσμος για την ανακοίνωση προστασίας δεδομένων αυτού του τρίτου μέρους για την επίμαχη επεξεργασία.
- δ) σύνδεση με αποτελεσματικά μέσα για την υποστήριξη της άσκησης των δικαιωμάτων τους βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, κατά περίπτωση, στο πλαίσιο της στόχευσης και της ενίσχυσης της πολιτικής διαφήμισης με βάση τα προσωπικά τους δεδομένα.
- δ-α) σύνδεσμος προς την πολιτική που αναφέρεται στο άρθρο 12α παράγραφος 1 στοιχείο α) ή σαφής ένδειξη του πού μπορεί να ανακτηθεί εύκολα.*