



Bruxelles, 13 decembrie 2022
(OR. en)

Dosar interinstituțional:
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

REZULTATUL LUCRĂRILOR

Sursă:	Secretariatul General al Consiliului
Destinatar:	Delegațiile
Nr. doc. ant.:	15669/22
Nr. doc. Csie:	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
Subiect:	Propunere de REGULAMENT AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică – Abordare generală

În anexa la prezenta notă, se pune la dispoziția delegațiilor textul abordării generale convenite de Consiliu (Afaceri Generale) în cadrul reuniunii sale din 13 decembrie 2022.

Propunere de
REGULAMENT AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI
privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică

(Text cu relevanță pentru SEE)

PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

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

având în vedere propunerea Comisiei Europene,

după transmiterea proiectului de act legislativ către parlamentele naționale,

având în vedere avizul Comitetului Economic și Social European¹,

având în vedere avizul Comitetului Regiunilor²,

hotărând în conformitate cu procedura legislativă ordinară,

¹ JO C , , p. .

² JO C , , p. .

întrucât:

- (1) Cererea și oferta de publicitate politică iau amploare și au tot mai frecvent un caracter transfrontalier. Această activitate implică un număr mare și în creștere de servicii diversificate, cum ar fi furnizarea de consultanță în materie de publicitate politică, servicii oferite de agențiile de publicitate, servicii legate de materiale publicitare programatice, servicii de relații publice, servicii oferite de influențatori, analizarea datelor și brokeraj. Publicitatea politică poate lua numeroase forme, inclusiv conținut plătit, afișarea de rezultate sponsorizate atunci când se fac căutări, mesaje plătite care vizează un public-țintă, promovarea unei poziții mai bune în clasamente, promovarea de produse sau de persoane integrată în conținut, cum ar fi plasarea de produse, utilizarea influențatorilor și alte forme de susținere. Activitățile conexe pot implica, de exemplu, difuzarea de publicitate politică la cererea unui sponsor sau publicarea de conținut contra cost.
- (2) Publicitatea politică poate fi difuzată sau publicată în diverse moduri și mijloace de comunicare în masă transfrontaliere. Aceasta poate fi difuzată sau publicată prin intermediul mass-mediei tradiționale, offline, cum ar fi ziarele, televiziunea și radioul, precum și, din ce în ce mai mult, prin intermediul platformelor online, al site-urilor web, al aplicațiilor mobile, al jocurilor pe calculator și al altor interfețe digitale. Acestea din urmă se pretează deosebit de bine pentru difuzarea de publicitate la nivel transfrontalier, însă pun probleme noi și dificile în materie de reglementare și de asigurare a respectării legislației. Utilizarea publicității politice online este în creștere vertiginoasă, iar anumite forme liniare offline de publicitate politică, cum ar fi radioul și televiziunea, sunt, de asemenea, oferite online ca servicii la cerere. Campaniile de publicitate politică tind să fie organizate utilizându-se o gamă largă de mijloace de comunicare și de forme.
- (3) Având în vedere că în mod normal publicitatea, inclusiv publicitatea politică, se furnizează în schimbul unei remunerații, *care poate fi și o prestație în natură*, aceasta constituie o activitate de prestare de servicii în sensul articolului 57 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (denumit în continuare „TFUE”). În conformitate cu Declarația nr. 22 privind persoanele cu handicap anexată la Tratatul de la Amsterdam, la Conferința reprezentanților guvernelor statelor membre s-a convenit asupra faptului că, în vederea elaborării de măsuri în temeiul articolului 114 din TFUE, instituțiile Uniunii ar trebui să țină seama de nevoile persoanelor cu handicap.

- (4) Necesitatea de a asigura transparența este un obiectiv public legitim, în conformitate cu valorile comune ale UE și ale statelor sale membre prevăzute la articolul 2 din Tratatul privind Uniunea Europeană („TUE”). Nu este întotdeauna ușor pentru cetățeni să recunoască materialele publicitare politice și să își exercite drepturile democratice în cunoștință de cauză. ***Complexitatea tot mai mare a dezinformării, diversificarea actorilor, evoluția rapidă a noilor tehnologii și răspândirea intensificată a interferențelor manipulative sunt provocări majore pentru Uniune și statele membre. Publicitatea politică poate fi un vector de dezinformare, în special atunci când nu se dezvăluie caracterul politic al acesteia și atunci când aceasta vizează un public-țintă sau vizează amplificarea impactului unui material publicitar politic.*** Este necesar un nivel ridicat de transparență, printre altele, pentru a sprijini o dezbatere politică deschisă și echitabilă ***în asigurarea unor campanii politice democratice,*** și alegeri sau referendumuri libere și corecte și pentru a combate dezinformarea și ingerințele ilegale, inclusiv din străinătate. [...]. Dacă publicitatea politică este transparentă, alegătorii pot să înțeleagă mai bine, atunci când li se prezintă un material publicitar politic, în numele cui se difuzează materialul publicitar și modul în care sunt vizați de un furnizor de servicii de publicitate, fiind astfel capabili într-o măsură mai mare să își exprime opțiunea de vot în cunoștință de cauză.
- (4a) ***Prezentul regulament își propune să asigure furnizarea de publicitate politică cu respectarea deplină a drepturilor fundamentale, inclusiv a drepturilor în materie de protecție a datelor.***

- (5) În contextul publicității politice, ***se utilizează frecvent*** tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar ***bazate pe prelucrarea datelor cu caracter personal, inclusiv a datelor cu caracter personal observate și deduse, cum ar fi datele care dezvăluie opiniile politice și alte categorii speciale de date*** [...]. Prin tehnici de [...] vizare a unui public-țintă politic ar trebui să se înțeleagă tehnicile care sunt utilizate pentru a adresa un material publicitar politic [...] numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, ***de obicei cu conținut [...] personalizat, pe baza prelucrării datelor cu caracter personal, indiferent de modul în care au fost obținute datele cu caracter personal. Tehnicile de amplificare a impactului unui material publicitar politic, care includ o gamă largă de tehnici de optimizare și de distribuire a materialelor publicitare, urmăresc*** [...] să sporească circulația, raza de acțiune sau vizibilitatea unui material publicitar politic ***pe baza prelucrării datelor cu caracter personal, indiferent de modul în care au fost obținute datele cu caracter personal***. Având în vedere puterea și potențialul de utilizare abuzivă a datelor cu caracter personal ***prin*** [...] tehnicile de vizare a unui public-țintă, inclusiv prin microvizarea unui public-țintă și alte tehnici avansate, astfel de tehnici pot reprezenta amenințări specifice la adresa intereselor publice legitime, cum ar fi echitatea, egalitatea de șanse și transparența procesului electoral, precum și dreptul fundamental de a fi informat într-un mod obiectiv, transparent și pluralist.
- (6) Publicitatea politică este în prezent reglementată în mod eterogen în statele membre, și, în multe cazuri, reglementările în vigoare tind să se concentreze asupra mass-mediei tradiționale. Există restricții specifice, inclusiv în ceea ce privește furnizarea transfrontalieră de servicii de publicitate politică. Unele state membre interzic furnizorilor de servicii din UE stabiliți în alte state membre să presteze servicii de natură politică sau cu scop politic în timpul perioadelor electorale. În același timp, este probabil ca în unele state membre să existe lacune și deficiențe în legislația națională, ceea ce poate duce uneori la difuzarea de publicitate politică fără a se ține seama de normele naționale relevante, existând riscuri ca obiectivul reglementării transparenței în publicitatea politică să fie subminat.
- (7) Pentru a asigura un grad sporit de transparență a publicității politice, inclusiv pentru a răspunde preocupărilor cetățenilor, unele state membre au explorat deja sau au în vedere măsuri suplimentare pentru a aborda transparența publicității politice și pentru a sprijini o dezbatere politică echitabilă și alegeri sau referendumuri libere și corecte. Aceste măsuri naționale sunt avute în vedere în special pentru publicitatea publicată și difuzată online și pot include interdicții suplimentare. Tipul de măsuri variază de la măsuri fără caracter obligatoriu la măsuri obligatorii și implică diferite elemente de transparență.

- (8) Această situație duce la fragmentarea pieței interne, reduce securitatea juridică pentru furnizorii de servicii de publicitate politică care pregătesc, plasează, **promovează**, publică sau difuzează materiale publicitare politice, creează obstacole în calea liberei circulații a serviciilor conexe, denaturează concurența pe piața internă, inclusiv între furnizorii de servicii offline și online, și implică eforturi complexe de asigurare a conformității și costuri suplimentare pentru furnizorii de servicii relevanți.
- (9) În acest context, este probabil ca furnizorii de servicii de publicitate politică să fie descurajați să își furnizeze serviciile în situații transfrontaliere. Acest lucru este valabil în special pentru microîntreprinderi și IMM-uri, care adesea nu dispun de resursele necesare pentru a absorbi sau a transfera costurile ridicate de asigurare a conformității legate de pregătirea, plasarea, **promovarea**, publicarea sau difuzarea publicității politice în mai multe state membre. Acest lucru limitează disponibilitatea serviciilor și are un impact negativ asupra posibilității ca furnizorii de servicii să inoveze și să ofere campanii multimodale și multinaționale în cadrul pieței interne.
- (10) Prin urmare, ar trebui să se asigure un nivel ridicat și consecvent de transparență a publicității politice în întreaga Uniune atunci când se furnizează servicii de publicitate politică, prevenindu-se existența unor divergențe care împiedică libera circulație a serviciilor conexe în cadrul pieței interne prin stabilirea unor obligații uniforme de transparență pentru furnizorii de servicii de publicitate politică și garantându-se protecția uniformă a drepturilor persoanelor și supravegherea în întreaga piață internă în temeiul articolului 114 din TFUE.
- (11) Statele membre nu ar trebui să mențină sau să introducă în legislația lor internă dispoziții **privind transparența publicității politice care sunt** diferite de cele stabilite în prezentul regulament, în special dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, care ar genera niveluri diferite de transparență în publicitatea politică. Armonizarea deplină a cerințelor de transparență legate de publicitatea politică sporește securitatea juridică și reduce fragmentarea obligațiilor pe care furnizorii de servicii le îndeplinesc în contextul publicității politice.

- (12) Armonizarea deplină a cerințelor de transparență nu ar trebui să aducă atingere libertății furnizorilor de servicii de publicitate politică de a furniza în mod voluntar informații suplimentare privind publicitatea politică, ***de exemplu rata de clicuri a unui anumit material publicitar politic online***, ca parte a libertății de exprimare și de informare protejate în temeiul articolului 11 din Carta drepturilor fundamentale.
- (13) Prezentul regulament ***se limitează la armonizarea normelor privind transparența și vizarea unui public-țintă și amplificarea impactului unui material publicitar politic. El nu [...] [...] afectează [...] conținutul materialelor publicitare politice [...], nici normele Uniunii sau ale statelor membre care reglementează aspecte legate de publicitatea politică, altele decât cele reglementate de prezentul regulament. Ca atare, prezentul regulament nu modifică normele care reglementează desfășurarea și finanțarea campaniilor politice, inclusiv interdicțiile generale sau limitările impuse publicității politice în timpul anumitor perioade, așa-numitele perioade de liniște electorală, și donațiile din partea donatorilor individuali de campanie ori interdicțiile privind utilizarea publicității comerciale în scopuri de campanie electorală. [...] [...]***
- (13a) ***La aplicarea și asigurarea respectării prezentului regulament ar trebui să se țină seama de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii, în conformitate cu principiul proporționalității. Noțiunea de microîntreprinderi și de întreprinderi mici și mijlocii ar trebui înțeleasă în sensul articolului 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE.***

(14) Regulamentul ar trebui să prevadă cerințe armonizate de transparență care să fie aplicabile actorilor economici ce furnizează servicii de publicitate politică și servicii conexe, adică activități care sunt furnizate în mod normal în schimbul unei remunerații, **care poate fi și o prestație în natură**; aceste servicii constau în special în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea **materialelor publicitare** [...] politice. Normele din prezentul regulament care prevăd un nivel ridicat de transparență a serviciilor de publicitate politică se bazează pe articolul 114 din TFUE. Prezentul regulament ar trebui, de asemenea, să abordeze utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în contextul [...] publicității politice care [...] **se bazează pe** prelucrarea datelor cu caracter personal, **indiferent dacă aceasta implică sau nu un serviciu**. Normele din prezentul regulament care se referă la utilizarea tehnicii de vizare a unui public-țintă și a celei de amplificare a impactului unui material publicitar politic se bazează pe articolul 16 din TFUE. Publicitatea politică adresată persoanelor dintr-un stat membru ar trebui să includă publicitatea pregătită, plasată, **promovată**, [...] publicată **sau difuzată** integral de furnizori de servicii stabiliți în afara Uniunii, dar difuzată persoanelor fizice din Uniune. Pentru a stabili dacă un material publicitar politic este adresat persoanelor dintr-un stat membru, ar trebui să se țină seama de factori care leagă acel material de statul membru respectiv, inclusiv de limba, contextul, obiectivul materialului și mijloacele sale de difuzare.

(14a) Particularitățile mijlocului de publicare sau de difuzare a materialului publicitar politic ar trebui luate în considerare la aplicarea prezentului regulament, în special pentru a adapta modalitățile la televiziune, radio și ziar, după caz, în conformitate cu dreptul UE.

(15) Nu există nicio definiție a publicității politice sau a materialelor publicitare politice la nivelul Uniunii. Este necesară o definiție comună pentru a stabili domeniul de aplicare al obligațiilor de transparență armonizate și al normelor privind vizarea unui public-țintă și amplificarea impactului unui material publicitar politic. Această definiție ar trebui să acopere numeroasele forme pe care le poate lua publicitatea politică, precum și orice mijloace și modalități de publicare sau difuzare în cadrul Uniunii, indiferent dacă sursa se află în Uniune sau într-o țară terță.

- (16) Definiția publicității politice ar trebui să includă publicitatea ***pregătită, plasată, promovată***, publicată sau difuzată direct sau indirect de către sau pentru un actor politic ori în numele acestuia. ***De obicei, publicitatea politică se află, direct sau indirect sub controlul unui sponsor, care ar putea fi un actor politic și care ar putea, în special, să stabilească natura politică, conținutul sau publicarea materialului publicitar politic în curs de pregătire, plasare, promovare, publicare sau difuzare. Uneori, o altă entitate poate exercita în ultimă instanță controlul efectiv asupra procesului decizional relevant al sponsorului, prin furnizarea de finanțare sau prin alte forme de control, inclusiv controlul corporativ. Prin urmare, ar trebui să se asigure că standardele de transparență prevăzute de prezentul regulament acoperă astfel de situații.*** Întrucât materialele publicitare difuzate de către, pentru sau în numele unui actor politic nu pot fi separate de activitatea lor în calitate de actor politic, se poate presupune că acestea sunt de natură să influențeze dezbateră politică, cu excepția mesajelor pur private sau pur comerciale. ***Pentru a stabili dacă un mesaj este pur privat sau pur comercial, ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți, cum ar fi conținutul acestuia, limba utilizată pentru transmiterea mesajului, contextul în care este transmis mesajul, inclusiv perioada de difuzare, obiectivul mesajului și mijloacele prin care acesta este promovat, publicat sau difuzat, precum și publicul-țintă. Mesajele pentru sau în numele unui actor politic, promovate, publicate sau difuzate unui număr potențial nelimitat de părți terțe nu ar trebui considerate a fi pur private.***

- (17) **Promovarea**, publicarea sau difuzarea de către alți actori a unui mesaj care este de natură **și este conceput** să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum **ori un comportament de vot sau** un proces legislativ ori de reglementare [...] **la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local sau la nivelul partidelor politice** ar trebui, de asemenea, să constituie publicitate politică. **Ar trebui să existe o legătură clară și substanțială între mesaj și potențialul acestuia de a influența rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.** Pentru a stabili **existența unei astfel de legături**, [...] ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți, cum ar fi **sponsorul mesajului**, conținutul mesajului, limba utilizată pentru transmiterea mesajului, contextul în care este transmis mesajul, **inclusiv perioada de difuzare, cum ar fi o perioadă electorală**, obiectivul mesajului, [...] mijloacele prin care acesta este **promovat**, publicat sau difuzat, **și publicul-țintă**. Mesajele privind aspecte societale sau controversate (**asa-numitele anunțuri publicitare tematice**) pot[...] fi de natură **și concepute** să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.
- (18) **În interesul unei comunicări eficiente cu publicul larg, comunicarea publică de către, pentru sau în numele oricărei autorități publice a unui stat membru, inclusiv al membrilor guvernului, de exemplu comunicate sau conferințe de presă care anunță inițiative legislative ori de reglementare și care explică alegerea politică ce stă la baza respectivelor inițiative, nu ar trebui să constituie publicitate politică, cu condiția să nu fie concepută pentru a influența rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau un proces legislativ ori de reglementare. În mod similar, nici informațiile practice din surse oficiale ale statelor membre sau ale Uniunii, privind exclusiv organizarea și modalitățile de participare la alegeri sau referendumuri, inclusiv candidaturile și subiectul întrebării supuse referendumului, nu ar trebui să constituie publicitate politică.**

- (18a) *Prezentul regulament nu ar trebui să se aplice în cazul în care un anumit spațiu public pentru prezentarea candidaților este prevăzut în mod explicit prin lege și este alocat cu titlu gratuit, de exemplu prin alocarea unui spațiu pentru o astfel de prezentare în municipalități și în alte zone publice sau a unui anumit timp de emisie la televiziune, atunci când acest lucru se realizează în mod echitabil și nediscriminatoriu, pe baza unor criterii transparente și obiective.*
- (19) Opiniile politice exprimate *în orice mass-media sub responsabilitatea editorială, printre altele* în programele *serviciilor mass-media* audiovizuale *în sensul articolului 1 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2010/13/UE, în transmisiile de radio* liniare și *neliniare*, [...] publicate în presa scrisă sau online, *cu excepția cazului în care se oferă remunerație pentru opinia politică exprimată sau în legătură cu exprimarea acesteia* [...] nu ar trebui să intre sub incidența prezentului regulament.
- (20) În sensul prezentului regulament, prin alegeri ar trebui să se înțeleagă alegerile pentru Parlamentul European, precum și toate alegerile sau referendumurile organizate la nivel național, regional și local în statele membre și alegerile pentru stabilirea conducerii partidelor politice. Alte forme de alegeri, cum ar fi tururile de scrutin organizate *în cadrul unei profesii sau* în mod privat, nu ar trebui incluse în această noțiune.
- (21) Este necesar ca materialul publicitar politic să fie definit ca un caz de publicitate politică. În noțiunea de material publicitar intră și mijloacele prin care mesajul publicitar este comunicat, inclusiv în format tipărit, prin mijloace de televiziune și de radiodifuziune sau prin intermediul unui serviciu oferit de o platformă online.
- (22) În sensul prezentului regulament, prin actori politici ar trebui să se înțeleagă concepte definite în dreptul Uniunii, precum și în legislația națională, în conformitate cu instrumentele juridice internaționale, cum ar fi cele ale Consiliului Europei. Conceptul de [...] *actori* politici ar trebui să includă [...] entitățile afiliate și cele subsidiare *ale unui partid politic* înființate, cu sau fără personalitate juridică, pentru a[...] *-I* sprijini sau a urmări îndeplinirea obiectivelor *sale* [...], de exemplu prin stabilirea de contacte cu un grup specific de alegători sau într-un scop electoral specific.

- (23) Conceptul de actori politici ar trebui să includă, de asemenea, ***candidații la orice mandat electiv sau deținătorii acestuia*** [...] și membrii din cadrul administrației ***statelor membre*** de la nivel [...] național, regional sau local ***sau membrii din cadrul unei instituții a Uniunii, cu excepția Curții de Justiție a Uniunii Europene, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi.*** [...].
- (24) Noțiunea de campanie de publicitate [...] ar trebui să se refere la pregătirea, ***plasarea, promovarea,*** publicarea și difuzarea unei serii de materiale publicitare conexe în executarea unui contract de publicitate politică, pe baza unei pregătiri, sponsorizări și finanțări comune. [...].
- (25) Definiția publicității politice nu ar trebui să afecteze definițiile naționale ale partidelor politice, ale obiectivelor politice sau ale perioadelor de campanie ***și nici să modifice regulile de campanie sau să interfereze cu acestea*** [...], la nivel național.
- (25a) ***Definiția actorilor politici nu interferează cu normele naționale cu privire la cine poate desfășura o campanie politică și nu ar trebui să oblige statele membre să definească astfel de norme.***
- (26) Pentru a acoperi gama largă de furnizori relevanți de servicii legate de serviciile de publicitate politică, noțiunea de furnizori de servicii de publicitate politică ar trebui să fie înțeleasă ca incluzând furnizorii implicați în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea sau [...] difuzarea de ***materiale publicitare*** [...] politice. ***Furnizorii care furnizează servicii pur auxiliare în legătură cu serviciile de publicitate politică nu ar trebui să fie considerați furnizori de servicii de publicitate politică în sensul prezentului regulament. Serviciile auxiliare sunt servicii care, de regulă, depind de un serviciu de publicitate politică și îl completează, dar care nu au nicio influență directă asupra conținutului sau a prezentării materialului publicitar politic și nici control direct asupra pregătirii, plasării, promovării, publicării sau difuzării acestuia. Astfel de servicii includ, de exemplu, serviciile poștale, serviciile de tipărire, concepția grafică, sonoră sau fotografică, „simpla transmitere” („mere conduit”), „stocarea în cache” („caching”) și serviciile de „cloud computing”, în sensul Regulamentului (UE) 2022/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale].***

- (26a) *Editorii de publicitate politică ar trebui să fie considerați furnizori de servicii de publicitate politică, în mod normal la capătul lanțului de furnizori de servicii, publicând și difuzând publicitatea politică prin radiodifuziune, punând-o la dispoziție prin intermediul unei interfețe sau aducând-o în alt mod în domeniul public.*
- (26b) *Prin sponsor ar trebui să se înțeleagă persoana sau entitatea în numele căreia materialul publicitar politic este pregătit, plasat, promovat, publicat sau difuzat, de exemplu un candidat individual la alegeri, un terț înregistrat sau un partid politic, și care este, în mod normal, persoana sau entitatea care oferă remunerația în schimbul serviciilor de publicitate politică.*
- (27) Noțiunea de servicii de publicitate politică nu ar trebui să includă mesajele care sunt partajate de persoane exclusiv în nume propriu. **Cu toate acestea, nu** ar trebui să se considere că persoanele acționează în nume propriu dacă publică mesaje a căror difuzare sau publicare este plătită de **un terț** [...].
- (28) Odată ce **sponsorul declară** [...] că [...] **publicitatea** este politică [...], acest lucru ar trebui indicat în mod clar altor furnizori de servicii implicați în serviciile de publicitate politică. **Sponsorul ar trebui să facă această declarație cu sinceritate.** În plus, odată ce [...] **publicitatea** [...] a fost identificată ca [...] politică, difuzarea sa ulterioară ar trebui să respecte în continuare cerințele de transparență. De exemplu, atunci când **materialul publicitar politic, astfel cum este definit în prezentul regulament,** [...] este partajat în mod natural, publicitatea ar trebui să fie etichetată în continuare ca publicitate politică. **În cadrul unui contract, nerespectarea obligației de a acționa cu bună-credință ar trebui să atragă după sine răspunderea contractuală.**

- (28a) *Având în vedere importanța garantării în special a eficacității cerințelor de transparență, sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor ar trebui să transmită cu bună-credință informațiile relevante în mod complet și exact și fără întârzieri nejustificate, pentru a permite celorlalți furnizori de servicii de publicitate politică din lanț să respecte prezentul regulament. Atunci când editorul de publicitate politică este singurul furnizor de servicii de publicitate politică, sponsorul ar trebui să comunice aceste informații editorului de publicitate politică. În cazul unei declarații sau al unor informații vădit eronate, furnizorii de servicii de publicitate ar trebui să solicite sponsorilor și furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor să își corecteze declarația.***
- (28b) *O declarație sau o informație ar trebui considerată vădit eronată dacă acest lucru rezultă din conținutul materialului publicitar, din identitatea sponsorului sau din contextul în care este prestat serviciul relevant, fără să fie necesare alte verificări sau demersuri de stabilire a faptelor.***
- (29) Normele privind transparența prevăzute în prezentul regulament ar trebui să se aplice numai serviciilor de publicitate politică, și anume publicității politice care este furnizată în mod normal contra unei remunerații, care poate fi și o prestație în natură. Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice conținutului încărcat de un utilizator al unui serviciu intermediar online, cum ar fi o platformă online, și difuzat de către serviciul intermediar online fără o contraprestație pentru plasarea, publicarea sau difuzarea mesajului specific, cu excepția cazului în care utilizatorul a fost remunerat de un terț pentru materialul publicitar politic.
- (30) Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice nici schimbului de informații prin intermediul serviciilor de comunicații electronice, cum ar fi serviciile de mesaje electronice sau apelurile telefonice, atât timp cât nu este implicat niciun serviciu de publicitate politică.

- (31) Libertatea de exprimare **și de informare**, astfel cum este protejată de articolul 11 din Carta drepturilor fundamentale, include dreptul unei persoane de a avea opinii politice, de a primi și de a transmite informații politice și de a împărtăși idei politice. Orice limitare a **acestei libertăți** [...] trebuie să respecte articolul 52 din Carta drepturilor fundamentale. [...] Această libertate poate face obiectul unor modulări și restricții atunci când sunt justificate de urmărirea unui interes public legitim și dacă se respectă principiile generale ale dreptului Uniunii, cum ar fi proporționalitatea și securitatea juridică. Aceasta este situația în special atunci când ideile politice sunt comunicate prin intermediul furnizorilor de servicii de publicitate.
- (31a) *Prezentul regulament nu ar trebui să oblige statele membre să ia măsuri care să contravină principiilor fundamentale privind libertatea de exprimare, în special libertatea presei și libertatea de exprimare în alte mijloace de informare în masă, astfel cum rezultă din tradițiile constituționale sau din normele care reglementează drepturile, responsabilitățile și garanțiile procedurale ale presei și ale celorlalte mijloace de informare atunci când aceste norme se referă la stabilirea sau limitarea răspunderii.*
- (32) În ceea ce privește intermediarii online, Regulamentul (UE) 2022[...]2/XX [Actul legislativ privind serviciile digitale] se aplică materialelor publicitare politice publicate sau difuzate de intermediarii online prin norme orizontale aplicabile tuturor tipurilor de publicitate online, inclusiv materialelor publicitare comerciale și politice. Pe baza definiției publicității politice stabilite în prezentul regulament, este oportun să se ofere mai multe detalii privind cerințele de transparență prevăzute pentru editorii de publicitate care intră în domeniul de aplicare al Regulamentului (UE) 2022[...]2/XX [Actul legislativ privind serviciile digitale], în special pentru platformele **online** foarte mari. Este vorba în special de informațiile referitoare la finanțarea materialelor publicitare politice. Cerințele prezentului regulament nu afectează dispozițiile Actului legislativ privind serviciile digitale, nici în ceea ce privește evaluarea riscurilor și obligațiile de atenuare a riscurilor pentru platformele online foarte mari din perspectiva sistemelor lor de publicitate.

- (33) Pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea **de materiale publicitare** [...] politice pot implica un lanț complex de furnizori de servicii. Acest lucru este valabil în special atunci când selectarea conținutului publicitar, alegerea criteriilor de vizare a unui public-țintă **și de amplificare a impactului unui material publicitar politic**, furnizarea de date utilizate pentru vizarea unui public-țintă **și amplificarea impactului unui material publicitar politic**, furnizarea de tehnici de vizare a unui public-țintă **și de amplificare a impactului unui material publicitar politic**, furnizarea unui material publicitar și difuzarea acestuia pot fi controlate de furnizori de servicii diferiți. De exemplu, serviciile automatizate pot sprijini corelarea profilului unui utilizator al unei interfețe cu conținutul publicitar care îi va fi furnizat, utilizând date cu caracter personal colectate direct de la utilizatorul serviciului și din comportamentul online al utilizatorului, precum și date deduse.
- (34) Având în vedere importanța garantării, în special, a eficacității cerințelor de transparență, inclusiv pentru a facilita controlul respectării acestora, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să se asigure că informațiile relevante pe care le colectează în cadrul furnizării serviciilor lor, inclusiv indicația că un material publicitar este de natură politică, **sunt complete și exacte și îi sunt furnizate editorului de publicitate politică care aduce materialul publicitar politic în atenția publicului.** Pentru a sprijini punerea în aplicare eficientă a acestei cerințe și furnizarea corectă și la timp a acestor informații, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui **să transmită informațiile respective în același timp cu furnizarea serviciului relevant, să ia în considerare și să sprijine automatizarea** transmiterii de informații între furnizorii de servicii de publicitate politică. **Atunci când un furnizor de servicii de publicitate politică ia cunoștință de faptul că informațiile pe care le-a transmis au fost actualizate, acesta ar trebui să se asigure că respectivele informații actualizate sunt comunicate editorului de publicitate politică relevant.**
- (34a) **Ar trebui să se considere că furnizorii de servicii de publicitate politică iau cunoștință de faptul că informațiile ar trebui actualizate atunci când sponsorul sau furnizorul de servicii care acționează în numele său informează furnizorul de servicii de publicitate politică cu privire la o modificare relevantă. Editorul de publicitate politică poate, de asemenea, să devină conștient de această necesitate de actualizare prin intermediul mecanismului de notificare prevăzut în prezentul regulament.**

- (34b) *În cazul în care furnizorii de servicii de publicitate politică [...] au cunoștință de o eroare vădită, de inexactități sau de omisiuni în informațiile comunicate, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a se asigura că o astfel de eroare vădită, inexactitate sau omisiune este corectată, în special prin confirmarea informațiilor furnizate de furnizorul de servicii de publicitate politică sau, după caz, de sponsorul însuși. Aceasta nu ar trebui să constituie o obligație generală pentru furnizorul de servicii de publicitate politică de a monitoriza veridicitatea declarațiilor privind natura politică a materialelor publicitare sau de a se angaja în demersuri excesive sau costisitoare de stabilire a faptelor. Eforturile rezonabile se pot reflecta și în acordurile contractuale încheiate între furnizorii de servicii de publicitate politică și cu sponsorul, după caz. Acordurile contractuale dintre furnizorii de servicii și sponsori ar trebui să permită transmiterea de informații între editor și sponsor, de exemplu în cazul lipsei de informații sau al întreruperii publicității politice.*
- (34c) *Eforturile rezonabile ar trebui să includă măsuri diligente și obiective, cum ar fi contactarea sponsorului sau a furnizorului de servicii de publicitate politică în cauză, pentru a completa sau a corecta informațiile. Ar trebui să se țină seama de natura și de importanța informațiilor eronate sau care lipsesc în raport cu cerințele prevăzute de prezentul regulament.*
- (35) În cazul în care o construcție comercială sau contractuală artificială riscă să eludeze efectul util al obligațiilor de transparență prevăzute în **prezentul** regulament, obligațiile respective ar trebui să se aplice entității sau entităților care, în fond, furnizează serviciul de publicitate.
- (36) [...]

- (37) Deși implică cerințe specifice, niciuna dintre obligațiile prevăzute în prezentul regulament nu ar trebui înțeleasă ca impunând în sarcina furnizorilor de servicii intermediare o obligație generală de monitorizare a conținutului politic partajat de persoane fizice sau juridice sau o obligație generală de a lua măsuri proactive în legătură cu conținutul legat de activități ilegale pe care furnizorii respectivi îl transmit sau îl stochează.
- (38) Transparența publicității politice ar trebui să le permită cetățenilor să înțeleagă că sunt în prezența unui material publicitar politic. Editorii de publicitate politică ar trebui să asigure publicarea **împreună cu** [...] fiecare material publicitar politic, a unei declarații clare care să ateste că este vorba despre un material publicitar politic și să indice identitatea sponsorului său. După caz, numele sponsorului ar putea include un logo politic. **Fiecare material publicitar politic, după caz, ar trebui pus la dispoziție împreună cu o declarație conform căreia materialul publicitar politic a vizat un public-țintă sau amplificarea impactului.** Editorii de publicitate politică ar trebui să utilizeze o etichetare eficace, ținând seama de evoluțiile cercetărilor științifice relevante și de cele mai bune practici privind asigurarea transparenței prin etichetarea ca publicitate. **Prezentarea declarației și numele sponsorului pot varia în funcție de mijloacele utilizate. Pentru serviciile de radiodifuziune, s-ar putea utiliza, de exemplu, o declarație înainte sau după publicitate. Editorii de publicitate politică** [...] ar trebui, de asemenea, să asigure publicarea, [...] **împreună cu** fiecare material publicitar politic, a unor informații care să permită înțelegerea contextului mai larg al publicității politice și a obiectivelor sale, care pot fi incluse în materialul în sine sau pot fi furnizate de editor pe site-ul său web, accesibil prin intermediul unui link, **al unui cod de răspuns rapid (sau „cod QR”)** sau al unei instrucțiuni echivalente clare și ușor de utilizat, incluse în material.

(39) Aceste informații ar trebui furnizate într-o notificare privind transparența, care ar trebui să includă, de asemenea, identitatea sponsorului și, **după caz, entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul**, pentru a sprijini posibilitatea tragerii la răspundere în procesul politic. Ar trebui indicat în mod clar locul de rezidență sau de stabilire al sponsorului și dacă sponsorul este o persoană fizică sau juridică. Datele cu caracter personal privind persoanele implicate în publicitatea politică care nu au legătură cu sponsorul sau cu alți actori politici implicați nu ar trebui furnizate în notificarea privind transparența. Notificarea privind transparența ar trebui să conțină, de asemenea, informații privind perioada de difuzare, eventualele alegeri cu care are legătură, suma cheltuită și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru materialul publicitar specific, precum și pentru întreaga campanie publicitară, sursa fondurilor utilizate și alte informații pentru a asigura echitatea difuzării materialelor publicitare politice. Informațiile privind sursa fondurilor utilizate se referă, de exemplu, la originea publică sau privată a acestora și la faptul că provin din interiorul sau din afara Uniunii Europene. În informațiile privind alegerile sau referendumurile cu care are legătură materialul publicitar politic ar trebui să se includă, atunci când este posibil, un link către informațiile provenite din surse oficiale cu privire la organizarea și modalitățile de participare sau de promovare a participării la aceste alegeri sau referendumuri. **Notificarea privind transparența ar trebui să fie disponibilă imediat atunci când publicitatea este publicată sau difuzată, iar informațiile pe care le prezintă ar trebui actualizate periodic, după caz.** Notificarea privind transparența ar trebui să includă, de asemenea, informații cu privire la modul de marcare a materialelor publicitare politice în conformitate cu procedura stabilită în prezentul regulament. Această cerință nu ar trebui să aducă atingere dispozițiilor privind notificarea prevăzute la articolele 14, 15 și 19 din Regulamentul (UE) 2022[...]/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale]. **Furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a se asigura că informațiile sunt complete și exacte.**

- (40) Informațiile care trebuie incluse în notificarea privind transparența ar trebui să fie furnizate chiar în materialul publicitar sau să poată fi accesate cu ușurință pe baza unei indicații furnizate în material. **Prezentarea informațiilor poate varia în funcție de mijloacele utilizate. Pentru a accesa cu ușurință informațiile din notificarea privind transparența în materialul publicitar offline, s-ar putea utiliza, de exemplu, un link specific către o pagină web, un cod de răspuns rapid (sau „cod QR”) sau măsuri tehnice echivalente ușor de utilizat.** Cerința ca informațiile referitoare la notificarea privind transparența să fie, printre altele, perceptibile în mod clar ar trebui să implice faptul că acestea sunt plasate într-un mod care le face ușor de observat în materialul publicitar sau împreună cu acesta. Cerința ca informațiile publicate în notificarea privind transparența să fie ușor accesibile, citibile automat atunci când acest este posibil din punct de vedere tehnic și ușor de utilizat ar trebui să implice abordarea nevoilor persoanelor cu dizabilități. Anexa I la Directiva 2019/882 (Actul european privind accesibilitatea) conține cerințe de accesibilitate pentru informații, inclusiv informațiile digitale, care ar trebui utilizate pentru a face informațiile privind publicitatea politică accesibile persoanelor cu dizabilități.
- (41) Notificările privind transparența ar trebui concepute astfel încât să sensibilizeze utilizatorii și să îi ajute să identifice în mod clar materialele publicitare politice ca atare. Acestea ar trebui să fie concepute astfel încât să rămână în vigoare, **dacă este posibil din punct de vedere tehnic**, sau să rămână accesibile în cazul în care un material publicitar politic este difuzat în continuare, de exemplu publicat pe o altă platformă sau transmis între persoane. Informațiile incluse în notificarea privind transparența ar trebui să fie publicate odată cu materialele publicitare politice **și până la încetarea publicării acestora [...]. Editorii de publicitate politică ar trebui să păstreze și să pună la dispoziție la cerere notificările privind transparența, împreună cu eventualele modificări, pentru o perioadă de cinci ani de la ultima publicare.** Ar trebui să se păstreze, de asemenea, informațiile privind publicitatea politică care s-a încheiat sau care a fost retrasă de editor. **Furnizorii de servicii de publicitate politică care nu sunt platforme online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 2022/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] pot decide formatul în care să păstreze aceste informații.**

- (42) Întrucât editorii de publicitate politică pun la dispoziția publicului materialele publicitare politice, aceștia ar trebui să publice sau să difuzeze aceste informații publicului odată cu publicarea sau difuzarea materialului publicitar politic. ***În cazul în care editorul de publicitate politică ia cunoștință, prin orice mijloc, de exemplu în urma unei notificări individuale, de faptul că un material publicitar politic nu îndeplinește cerințele de transparență prevăzute în prezentul regulament, acesta ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a îndeplini cerințele prevăzute în prezentul regulament. În cazul în care informațiile nu pot fi completate sau corectate fără întârzieri nejustificate, editorii de publicitate politică nu ar trebui să pună la dispoziția publicului materiale publicitare politice care nu îndeplinesc cerințele de transparență prevăzute în prezentul regulament sau ar trebui să întrerupă publicarea sau difuzarea către public a acestor materiale. Într-o astfel de situație, editorii de publicitate politică ar trebui să informeze furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză și, după caz, sponsorul cu privire la măsurile rezonabile luate pentru a îndeplini cerințele prevăzute în prezentul regulament. Editorul ar trebui să informeze sponsorul sau furnizorul de servicii care acționează în numele sponsorului dacă materialul publicitar politic pe care îl sponsorizează nu este pus la dispoziție sau este întrerupt.***
- (42a) ***Atunci când sponsorul sau furnizorul de servicii de publicitate politică ia cunoștință de faptul că informațiile transmise editorului de publicitate politică sau publicate de acesta sunt incomplete sau inexacte, acesta ar trebui să contacteze, fără întârzieri nejustificate, editorul de publicitate politică în cauză și, după caz, să îi transmită informațiile completate sau corectate.***
- (42b) ***Acordurile contractuale pot include o clauză care permite perceperea unei taxe rezonabile pentru măsurile luate în vederea corectării sau a completării informațiilor.***
- (42c) ***Atunci când își respectă obligațiile care le revin în temeiul prezentului regulament, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să acționeze în mod imparțial și ținând seama în mod corespunzător de drepturile fundamentale și de alte drepturi și interese legitime. Furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui în special să acorde atenția cuvenită libertății de exprimare și accesului la informații, inclusiv libertății și pluralismului mass-mediei.***

- (42d) În plus, editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 202[...]**2/XXX** [Actul legislativ privind serviciile digitale] ar trebui **să se asigure că, pentru fiecare material publicitar politic**, [...] informațiile cuprinse în notificarea privind transparența **sunt imediat** puse la dispoziție **în** [...] registrele cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar publicate în temeiul articolului **39** [...] din Regulamentul [Actul legislativ privind serviciile digitale]. **Aceste informații ar trebui actualizate și furnizate în conformitate cu un standard convenit la nivel de sector în ceea ce privește accesibilitatea, structura datelor și accesul, prin intermediul unei interfețe comune de programare a aplicațiilor, accesibilă publicului. Este oportun să se prevadă mai multe detalii privind cerințele de transparență prevăzute pentru registrele menționate la articolul 39 din Regulamentul (UE) 2021/XX [Actul legislativ privind serviciile digitale]. Acest lucru se referă în principal la informațiile privind materialele publicitare politice eliminate și la motivul retragerii acestora, în special la informațiile privind cazurile în care materialele publicitare politice au fost etichetate în mod eronat sau direcționate în mod ilegal. În plus, platformele online foarte mari pot publica alte informații privind influența publicității, inclusiv informații privind rata de clicuri. Alți furnizori de servicii de publicitate politică ar trebui încurajați să creeze registre similare cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar.** Acest lucru va facilita activitatea actorilor interesați, printre care se numără și cercetătorii, în rolul lor specific de a sprijini derularea de alegeri sau referendumuri libere și corecte și de campanii electorale corecte, inclusiv prin examinarea sponsorilor de materiale publicitare politice și prin analizarea peisajului de publicitate politică.
- (43) În cazul în care furnizorul serviciului de publicitate politică care găzduiește sau stochează și furnizează în alt mod conținutul unui material publicitar politic este diferit de furnizorul serviciului de publicitate politică care controlează site-ul web sau altă interfață care [...] **prezintă** [...] în cele din urmă materialul publicitar politic, aceștia ar trebui să fie considerați împreună editori de publicitate, cu responsabilități corespunzătoare în ceea ce privește serviciul specific pe care îl prestează, pentru a se asigura că este furnizată etichetarea și că sunt disponibile notificarea privind transparența și informațiile relevante. Acordurile contractuale ale acestora ar trebui să **permită** [...] conformitatea cu prezentul regulament.

- (44) Informațiile privind sumele cheltuite și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciile de publicitate politică pot contribui în mod util la dezbaterile politice. Este necesar să se asigure că din rapoartele anuale elaborate de [...] **furnizorii de servicii de publicitate politică** relevanți se poate obține o imagine de ansamblu adecvată asupra activității de publicitate politică. Pentru a sprijini supravegherea și posibilitatea tragerii la răspundere, aceste rapoarte ar trebui să includă informații cu privire la cheltuielile legate de vizarea unui public-țintă **sau de amplificarea impactului unui material publicitar politic** în publicitatea politică în perioada relevantă, agregate pe campanie sau candidat. Pentru a evita sarcinile disproporționate, aceste obligații de raportare în materie de transparență nu ar trebui să se aplice întreprinderilor care intră sub incidența articolului 3 **alineatele (1)-[...] (3) [...] din Directiva 2013/34/UE.**
- (45) Editorii de publicitate politică care furnizează servicii de publicitate politică ar trebui să instituie mecanisme care să le permită **persoanelor fizice sau juridice** [...] să le raporteze că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament. Mecanismele de raportare a acestor materiale publicitare ar trebui să fie ușor de accesat și de utilizat și ar trebui adaptate la forma de publicitate distribuită de editorul de publicitate. Pe cât posibil, aceste mecanisme ar trebui să fie accesibile chiar din materialul publicitar în cauză, de exemplu pe site-ul web al editorului de publicitate. **Dacă este necesar, editorii de publicitate politică ar trebui să instituie măsuri tehnice pentru asigurarea unor standarde minime de securitate a tehnologiei informației, inclusiv măsuri de protecție împotriva notificării automate.** Editorii de publicitate politică ar trebui să se poată baza pe mecanismele existente, după caz. **De exemplu, î[...]n cazul în care editorii de publicitate politică sunt furnizori de servicii de găzduire online în sensul Actului legislativ privind serviciile digitale, în ceea ce privește publicitatea politică găzduită la cererea destinatarilor serviciilor lor, editorii de publicitate politică se pot baza pe mecanismul de notificare utilizat de aceștia în temeiul articolului 14 din Actul legislativ privind serviciile digitale în cazul notificărilor privind neconformitatea unor materiale publicitare cu prezentul regulament.** [...]

- (45a) *Editorii de publicitate politică pot stabili formulare specifice pentru mecanismele de notificare prevăzute în prezentul regulament, solicitând completarea unor câmpuri de date, cum ar fi informații care să permită identificarea materialului publicitar presupus a fi neconform, o explicație a motivelor care justifică notificarea, numele și adresa de e-mail a persoanei fizice sau juridice care transmite notificarea, precum și o declarație care să confirme convingerea de bună credință că informațiile conținute în aceasta sunt exacte.*
- (45b) *Editorii de publicitate politică ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a trata cu diligență și obiectivitate, fără întârzieri nejustificate, notificările primite în temeiul prezentului regulament. În cazul în care o notificare conține suficiente informații pentru a permite unui editor de publicitate politică diligent să identifice, fără o examinare detaliată, faptul că o informație lipsește sau este inexactă, ar trebui să se considere că editorul de publicitate politică are cunoștință de inexactitate sau de omisiune, iar acesta ar trebui să acționeze fără întârzieri nejustificate contactând furnizorii de servicii relevanți și, după caz, sponsorul. Cel puțin la cerere, editorul de publicitate politică ar trebui să informeze persoanele care au făcut notificarea cu privire la măsurile luate ca urmare a acesteia.*
- (45c) *Pentru a asigura eficacitatea cerințelor de transparență în timpul unor alegeri sau al unui referendum, editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 2022/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] ar trebui să trateze, în luna care precedă alegerile sau referendumul, orice notificare pe care o primesc cu privire la materialul publicitar legat de [...] aceste alegeri sau acest referendum în termen de 48 de ore, contactând furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză și, după caz, sponsorul.*
- (45d) *Orice acțiune întreprinsă de un editor de publicitate politică ar trebui să fie strict direcționată, în sensul că ar trebui să servească în primul și primul rând la corectarea și completarea informațiilor solicitate și numai în ultimă instanță la eliminarea informațiilor specifice care nu respectă prezentul regulament, ținând seama în mod corespunzător de libertatea de exprimare și de informare, precum și de alte drepturi fundamentale.*

(46) Pentru a le permite anumitor entități să își exercite rolul pe care îl dețin în cadrul societăților democratice, este oportun să se stabilească norme privind transmiterea informațiilor publicate împreună cu materialul publicitar politic sau cuprinse în notificarea privind transparența către actorii interesați, cum ar fi cercetătorii agreați, jurnaliștii, organizațiile societății civile și observatorii electorali **recunoscuți** [...], cu scopul de a-i sprijini să își îndeplinească rolurile lor respective în procesul democratic. Furnizorii de servicii de publicitate politică nu ar trebui să fie obligați să răspundă solicitărilor care sunt în mod evident nefondate, **neclare** sau excesive. În plus, furnizorului de servicii relevant ar trebui să i se permită să perceapă o taxă rezonabilă în cazul solicitărilor [...] costisitoare, ținând seama de costurile administrative aferente furnizării informațiilor.

(47) Se utilizează din ce în ce mai mult date cu caracter personal colectate direct de la persoane sau indirect, cum ar fi datele deduse, atunci când se grupează persoane în funcție de interesele lor presupuse sau derivate din activitatea lor online, în urma creării de profiluri comportamentale sau a altor tehnici de analiză, pentru ca anumiți alegători individuali sau anumite grupuri de alegători sau persoane să fie vizate de mesaje politice și pentru a amplifica impactul acestor mesaje. Pe baza prelucrării datelor cu caracter personal, în special a *categoriilor speciale de date* [...] *cu caracter personal* prevăzute de Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului³ și de Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului⁴, se pot alcătui diferite grupuri de alegători sau de persoane, iar caracteristicile sau vulnerabilitățile acestora pot fi exploatate, de exemplu prin difuzarea de materiale publicitare în anumite momente și în locuri specifice, alese astfel încât să se profite de situațiile în care aceștia ar fi sensibili la un anumit tip de informații/mesaje. Acest lucru are efecte specifice negative asupra drepturilor și libertăților fundamentale ale cetățenilor în ceea ce privește prelucrarea datelor lor cu caracter personal și libertatea lor de a primi informații obiective, de a-și forma opinia, de a lua decizii politice și de a-și exercita drepturile de vot, toate acestea având un impact negativ asupra procesului democratic. Ar trebui prevăzute restricții și condiții suplimentare față de Regulamentul (UE) 2016/679 și Regulamentul (UE) 2018/1725. Condițiile prevăzute în prezentul regulament privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic ce implică prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul publicității politice ar trebui să se bazeze pe articolul 16 din TFUE.

³ Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1).

⁴ Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului din 23 octombrie 2018 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal de către instituțiile, organele, oficiile și agențiile Uniunii și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 45/2001 și a Deciziei nr. 1247/2002/CE (JO L 295, 21.11.2018, p. 39).

- (48) Prin urmare, ar trebui interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea **categorieilor speciale de** date menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725. Utilizarea unor astfel de tehnici ar trebui să fie permisă numai atunci când este efectuată de [...] operatori sau de cineva care acționează în numele [...] **acestora**, pe baza consimțământului explicit al persoanei vizate sau în cadrul activităților sale legitime și cu garanții adecvate de către o fundație, o asociație sau orice alt organism fără scop lucrativ și cu specific politic, filozofic, religios sau sindical, cu condiția ca prelucrarea să se refere numai la membrii sau la foștii membri ai organismului respectiv sau la persoane cu care acesta are contacte permanente în legătură cu scopurile sale și ca datele cu caracter personal să nu fie comunicate terților fără consimțământul persoanelor vizate. Utilizarea ar trebui să fie însoțită de garanții **suplimentare** [...].
- Consimțământul corespunde noțiunii de consimțământ astfel cum este definit în Regulamentul (UE) 2016/679 și în Regulamentul (UE) 2018/1725. [...] Nu ar trebui să fie posibil să se invoce excepțiile prevăzute la articolul 9 alineatul (2) literele (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) și (j) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) literele (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) și (j) din Regulamentul (UE) 2018/1725 pentru utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în vederea publicării, promovării sau difuzării publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725. **Aplicarea altor dispoziții ale Regulamentelor (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725, inclusiv a celor legate de acordarea și retragerea consimțământului, procesul decizional individual automatizat, inclusiv crearea de profiluri și dreptul la opoziție, rămân neafectate de prezentul regulament. În scopul punerii în aplicare a cerințelor prezentului regulament, consimțământul explicit în sensul Regulamentelor (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725 ar trebui furnizat separat și în mod specific în scopul publicității politice. În conformitate cu dreptul Uniunii, operatorii ar trebui să se asigure că procesul decizional individual nu este afectat de interfețele înșelătoare (dark patterns) care denaturează sau afectează procesul decizional autonom și în cunoștință de cauză, inclusiv de căsuțele bifate în prealabil și de alte tehnici pătinoare și netransparente care determină sau incită persoanele să ia anumite decizii pe care altfel nu le-ar fi luat. În special, mecanismul de obținere a deciziilor de la persoane fizice ar trebui să fie clar și ușor de utilizat, iar importanța relativă a alternativelor nu ar trebui să încerce să influențeze decizia persoanei. Informațiile furnizate persoanelor fizice în această privință ar trebui să fie succinte, redactate într-un limbaj simplu și inteligibil și puse la dispoziție cu ușurință, în mod vizibil și direct.**

- (48a) Comunicarea internă a unui partid politic către membrii săi nu ar trebui considerată ca utilizând tehnici de vizare a unui public-țintă în contextul publicității politice, atât timp cât o astfel de comunicare se limitează la membrii săi și se bazează pe date cu caracter personal furnizate de membrii respectivi în mod expres în acest scop.*
- (48b) Persoanele foarte tinere reprezintă un grup deosebit de vulnerabil care poate fi exploatat prin utilizarea abuzivă a tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului. Deși nu au încă drept de vot, astfel de persoane pot fi vizate în mod specific pentru a manipula dezbaterile. Prin urmare, în contextul publicității politice, ar trebui interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale unei persoane despre care se știe, cu un grad rezonabil de certitudine, că are o vârstă de cel puțin un an sub vârsta de vot stabilită de normele naționale.*

- (49) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică o prelucrare a datelor cu caracter personal *care nu este interzisă de regulament și indiferent dacă publicitatea politică implică sau nu un serviciu, ar trebui să se aplice garanții suplimentare* pentru a se asigura un grad sporit de transparență și de asumare a răspunderii. *Aceste cerințe suplimentare în materie de transparență și responsabilitate ar trebui să se aplice, pe de o parte, prelucrării care implică categorii speciale de date atunci când persoana vizată și-a dat consimțământul explicit sau atunci când prelucrarea este efectuată în cadrul activităților sale legitime, astfel cum se prevede la articolul 9 alineatul (2) literele (a) și (d) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) literele (a) și (d) din Regulamentul (UE) 2018/1725, și, pe de altă parte, prelucrării datelor cu caracter personal în contextul publicității politice care nu implică categorii speciale de date. Aceste cerințe suplimentare ar trebui să completeze garanțiile existente, inclusiv cele privind procesul decizional automatizat în conformitate cu articolul 22 din Regulamentul (UE) 2016/679 și cu articolul 24 din Regulamentul (UE) 2018/1725. [...] Operatorii ar trebui să adopte, [...] să aplice și să informeze publicul cu privire la o politică ce descrie [...] modul în care [...] astfel de tehnici sunt utilizate [...] și să țină evidența activităților lor relevante. Atunci când publică, promovează sau difuzează un material publicitar politic care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic, operatorii ar trebui să furnizeze, împreună cu publicitatea politică, informații relevante pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri utilizați în acțiunile de vizare a unui public-țintă, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare, inclusiv dacă vizarea unui public-țintă în ceea ce privește materialul publicitar politic a fost optimizată în continuare pe parcursul transmiterii materialului.*
- (50) Editorii de publicitate politică care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic ar trebui să includă în notificarea privind transparența informațiile necesare pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri ai tehnicii utilizate, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare. [...]

- (50a) *Cerințele în materie de transparență și responsabilitate ar trebui să se aplice tuturor operatorilor, indiferent dacă operatorul acționează în nume propriu, împreună cu furnizorul de servicii de publicitate politică, sau face parte din aceeași entitate ca editorul de publicitate politică.* În cazul în care operatorul este diferit de editorul de publicitate, operatorul ar trebui să îi transmită editorului de publicitate politică [...] politica sa internă [...] și să se asigure că alte informații necesare pentru respectarea prezentului regulament sunt comunicate editorului de publicitate politică în timp util și în mod corect. [...]
- (50b) Furnizorii de servicii de publicitate ar trebui să le transmită editorilor de publicitate politică [...] informațiile necesare pentru ca aceștia să își poată îndeplini obligațiile prevăzute în prezentul regulament. **Transmiterea** [...] unor astfel de informații ar putea fi automatizată și integrată în procesele obișnuite de lucru pe baza unor standarde.
- (51) Pentru ca persoanele să își poată exercita în continuare drepturile în materie de protecție a datelor, editorii de publicitate politică ar trebui să le furnizeze persoanelor vizate informații suplimentare și instrumente eficiente, astfel încât să sprijine exercitarea drepturilor lor în temeiul cadrului juridic al UE privind protecția datelor, inclusiv exercitarea dreptului acestor persoane de a se opune sau de a-și retrage consimțământul atunci când sunt vizate de un material publicitar politic. Aceste informații ar trebui, de asemenea, să fie ușor accesibile direct din notificarea privind transparența. Instrumentele puse la dispoziția persoanelor pentru a le sprijini în exercitarea drepturilor lor ar trebui să reușească să împiedice vizarea anumitor persoane în ceea ce privește materialele publicitare politice, precum și să împiedice vizarea unui public-țintă pe baza unor criterii specifice și de către unul sau mai mulți operatori specifici.
- (52) Comisia ar trebui să încurajeze elaborarea de coduri de conduită, astfel cum se menționează la articolul 40 din Regulamentul (UE) 2016/679, pentru a sprijini exercitarea drepturilor persoanelor vizate în acest context.
- (53) Informațiile care trebuie furnizate în conformitate cu toate cerințele aplicabile utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în temeiul prezentului regulament ar trebui să fie prezentate într-un format ușor accesibil, să fie perceptibile în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin utilizarea unui limbaj simplu.

- (54) Este oportun să se stabilească norme privind transmiterea – către alte entități interesate – de informații privind vizarea unui public-țintă. Regimul aplicabil ar trebui să fie în concordanță cu regimul de transmitere a informațiilor legate de cerințele în materie de transparență.
- (55) Furnizorii de servicii de publicitate politică stabiliți într-o țară terță care oferă servicii în Uniune ar trebui să își desemneze un reprezentant legal mandatat în Uniune pentru a permite o supraveghere eficientă a respectării prezentului regulament în relație cu furnizorii respectivi. Reprezentantul legal ar putea fi cel desemnat în temeiul articolului 27 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau cel desemnat în temeiul articolului 11 din Regulamentul (UE) 2022[...]/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale].
- (55a) Reprezentantul legal desemnat ar trebui să se înregistreze la o autoritate competentă desemnată în acest scop. Pentru a furniza informații ușor de accesat cu privire la reprezentanții legali desemnați ai furnizorilor de servicii de publicitate politică stabiliți în afara teritoriului Uniunii, autoritatea competentă relevantă ar trebui să publice online și să actualizeze periodic informațiile privind reprezentanții legali de pe teritoriul său. Comisia ar trebui să creeze un portal care să conțină linkuri către site-urile web furnizate de statele membre.***
- (56) În interesul unei supravegheri eficiente a punerii în aplicare a prezentului regulament, este necesar să se încredințeze autorităților de supraveghere competența de a monitoriza și de a asigura respectarea normelor relevante. În funcție de sistemul juridic al fiecărui stat membru și în conformitate cu legislația existentă a Uniunii, inclusiv cu Regulamentul (UE) 2016/679 și cu Regulamentul (UE) 2022[...]/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], pot fi desemnate diferite autorități judiciare sau administrative naționale în acest sens.

- (57) În ceea ce privește supravegherea serviciilor intermediare online în temeiul prezentului regulament, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente și să se asigure că această supraveghere este coerentă cu cea efectuată de autoritățile competente desemnate în temeiul articolului 38 din Regulamentul (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale]. În fiecare stat membru, coordonatorii serviciilor digitale ar trebui, în orice caz, în temeiul Regulamentului (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale], să fie responsabili de asigurarea coordonării la nivel național cu privire la aceste aspecte și să se implice, atunci când este necesar, în cooperarea transfrontalieră cu alți coordonatori ai serviciilor digitale, în conformitate cu mecanismele prevăzute în Regulamentul (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale]. În cadrul aplicării prezentului regulament, acest mecanism ar trebui să se limiteze la cooperarea națională dintre coordonatorii serviciilor digitale și nu să se extindă la nivelul Uniunii, astfel cum se prevede în Regulamentul (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale].
- (58) Pentru supravegherea aspectelor din prezentul regulament care nu intră în sfera de competență a autorităților de supraveghere în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 și al Regulamentului (UE) 2018/1725, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente *relevante*. Pentru a sprijini respectarea drepturilor și libertăților fundamentale, a statului de drept, a principiilor democratice și a încrederii publicului în supravegherea publicității politice, este necesar ca aceste autorități să fie *imparțiale*, independente din punct de vedere structural față de intervenții externe sau față de presiuni politice și să fie abilitate în mod corespunzător să monitorizeze efectiv și să ia măsurile necesare pentru a asigura respectarea prezentului regulament, în special a obligațiilor prevăzute la articolul 7. *Deși* statele membre pot desemna, în special, autoritățile sau organismele naționale de reglementare prevăzute la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului⁵, *acestea ar putea desemna și alte autorități, cum ar fi autoritățile electorale sau judiciare.*

⁵ Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) (JO L 95, 15.4.2010, p. 1).

- (59) În cazul în care există deja norme în dreptul Uniunii privind furnizarea de informații autorităților competente și cooperarea cu aceste autorități și între acestea, cum ar fi articolul 9 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] sau cele cuprinse în Regulamentul (UE) 2016/679, normele respective ar trebui să se aplice prin analogie dispozițiilor relevante din prezentul regulament.
- (59a) Pentru a sprijini aplicarea, supravegherea și asigurarea respectării eficace a dispozițiilor prezentului regulament și fără a aduce atingere Regulamentului (UE) 2016/679, Regulamentului (UE) 2018/1725 și Actului legislativ privind serviciile digitale, este necesar să se stabilească ce autoritate competentă ar trebui să fie responsabilă în cazul în care serviciile sunt furnizate în mai mult de un stat membru sau în cazul în care furnizorul de servicii își desfășoară activitățile principale în afara statului membru în care se află sediul său principal sau reprezentantul său desemnat. În cazul în care un furnizor de servicii furnizează servicii de publicitate politică în mai multe state membre, autoritatea sau autoritățile competente din statul membru în care se află sediul principal al furnizorului de servicii de publicitate politică ar trebui, în mod normal, să fie responsabile de aplicarea, supravegherea și asigurarea respectării efective a dispozițiilor prezentului regulament. Pentru a stabili locul în care un furnizor de servicii își are sediul principal, autoritățile competente ar trebui să aibă în vedere locul în care acesta își are sediul central sau sediul social în cadrul căruia sunt exercitate principalele funcții financiare și controlul operațional.**
- (59b) În exercitarea competențelor lor de investigare și de asigurare a respectării legii, autoritățile competente din toate statele membre ar trebui să coopereze și să își acorde reciproc asistență, după caz. În cazul în care presupusa încălcare a prezentului regulament implică numai autoritatea sau autoritățile competente din statele membre în care furnizorul de servicii de publicitate politică nu își are sediul principal, autoritatea sau autoritățile competente relevante ar trebui să notifice autoritatea competentă a sediului principal, care ar trebui să evalueze în consecință chestiunea și, după caz, să ia măsurile necesare de asigurare a respectării legii.**
- (59c) Pentru a facilita într-o mai mare măsură aplicarea și asigurarea respectării efective a prezentului regulament în cazul furnizării de servicii transfrontaliere, în cazul în care investigarea unei presupuse încălcări se referă la furnizarea de servicii de publicitate politică în unul sau mai multe state membre în care furnizorul nu își are sediul principal, autoritatea competentă a sediului principal poate lansa și conduce o investigație comună cu participarea autorității sau autorităților competente în cauză.**

(60) Autoritățile competente cu supravegherea punerii în aplicare a prezentului regulament ar trebui să coopereze între ele atât la nivel național, cât și la nivelul UE, utilizând în mod optim structurile existente, inclusiv rețelele naționale de cooperare, Rețeaua europeană de cooperare în materie de alegeri, astfel cum se menționează în Recomandarea C(2018) 5949 final, și Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale instituit în temeiul Directivei 2010/13/UE. Această cooperare ar trebui să faciliteze schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea sarcinilor de supraveghere și de asigurare a aplicării normelor pe care le au în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin identificarea în comun a încălcărilor, prin schimbul de constatări și de cunoștințe de specialitate și prin menținerea legăturii cu privire la aplicarea și asigurarea respectării normelor relevante.

(60a) Pentru a asigura o cooperare eficientă și structurată între toate autoritățile competente, experții desemnați de statele membre ar trebui să se reunească periodic la nivelul Uniunii, în special în cadrul Rețelei europene de cooperare privind alegerile, care lucrează în strânsă cooperare cu Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale, precum și cu alte rețele relevante. Pentru a consolida cooperarea și schimbul de informații și practici la nivelul Uniunii, Rețeaua europeană de cooperare privind alegerile ar trebui să coopereze îndeaproape cu Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale, în special în ceea ce privește informarea cu privire la discuțiile purtate cu privire la prezentul regulament.

- (61) Pentru a facilita îndeplinirea efectivă a obligațiilor prevăzute în regulament, este necesar să se confere autorităților naționale competența de a solicita furnizorilor de servicii **de publicitate politică** [...] informații relevante privind transparența publicității politice. Informațiile care trebuie transmise autorităților competente ar putea viza o campanie publicitară, ar putea fi agregate pe ani sau s-ar putea referi la materiale publicitare specifice. Pentru a se asigura faptul că solicitările de astfel de informații pot fi îndeplinite în mod eficace și eficient și, în același timp, că furnizorii de servicii de publicitate politică nu sunt supuși niciunei sarcini disproporționate, este necesar să se stabilească anumite condiții pe care ar trebui să le îndeplinească solicitările respective. În special pentru a supraveghea în timp util un proces electoral, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să răspundă rapid solicitărilor din partea autorităților competente și întotdeauna în termen de **zece** [...] zile lucrătoare de la primirea solicitării. **În cursul ultimei luni a campaniei electorale, ar trebui să se considere că încălcarea acestor obligații afectează în mod negativ și grav drepturile cetățenilor și, prin urmare, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să furnizeze informațiile solicitate în termen de 48 de ore. Furnizorii de servicii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a furniza informațiile solicitate fără întârzieri nejustificate și, dacă este posibil, înainte de data alegerilor sau a referendumului.** În interesul securității juridice și în conformitate cu dreptul la apărare, solicitările de furnizare de informații din partea unei autorități competente ar trebui să conțină o justificare adecvată și informații privind demersurile care se pot face în acest caz. Furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să desemneze un punct de contact pentru interacțiunea cu autoritățile competente. Astfel de puncte de contact ar putea fi electronice.
- (62) Statele membre ar trebui să desemneze un punct de contact la nivelul Uniunii în sensul prezentului regulament. Dacă este posibil, punctul de contact ar trebui să fie membru al Rețelei europene de cooperare în materie de alegeri. Punctul de contact ar trebui să faciliteze cooperarea dintre statele membre la nivel de autorități competente în ceea ce privește sarcinile lor de supraveghere și de asigurare a respectării legislației, în special prin activități de intermediere cu punctele de contact din alte state membre și cu autoritățile competente din **propriul** [...] **stat membru.**

(63) Autoritățile statelor membre ar trebui să se asigure că încălcările obligațiilor prevăzute în prezentul regulament sunt sancționate prin amenzi [...] sau sancțiuni financiare **și, după caz, prin alte măsuri corective**. În acest sens, autoritățile ar trebui să țină seama de natura, gravitatea, recurența și durata încălcării, având în vedere interesul public în cauză, raza de acțiune și tipul activităților desfășurate, precum și, **după caz**, capacitatea economică a autorului încălcării. În acest context, ar trebui să se țină seama de rolul esențial al obligațiilor prevăzute la articolele **5 și 7** în ceea ce privește urmărirea eficace a îndeplinirii obiectivelor prezentului regulament. În plus, autoritățile ar trebui să ia în considerare dacă furnizorul de servicii **de publicitate politică sau sponsorul** în cauză nu își respectă în mod sistematic sau repetat obligațiile care îi revin în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin amânarea furnizării de informații către entitățile interesate, precum și, după caz, dacă furnizorul de servicii de publicitate politică își desfășoară activitatea în mai multe state membre. Sancțiunile financiare, [...] amenziile [...] **și celelalte măsuri corective ar trebui** [...] să fie, în fiecare caz în parte, eficace, proporționale și disuasive, ținând seama în mod corespunzător de asigurarea unor garanții procedurale suficiente și practice și, în special, de asigurarea faptului că dezbaterile politice rămâne deschise și accesibile.

(63a) În conformitate cu principiile generale ale răspunderii, un furnizor de servicii de publicitate politică nu poate fi sancționat în cazul în care a acționat pe baza unor informații inexacte sau false primite de la sponsor, care nu au fost în mod vădit eronate, cu condiția să nu fi luat cunoștință de eroare într-o etapă ulterioară.

(63b) Pentru a sprijini aplicarea și monitorizarea prezentului regulament, autoritățile competente ar trebui să trateze notificările pe care le primesc de la orice persoană fizică sau juridică cu privire la o posibilă încălcare a prezentului regulament și, cel puțin la cerere, să informeze persoana care a făcut notificarea cu privire la măsurile luate ca urmare a acesteia. În ultima lună care precedă alegerile sau un referendum, orice notificare primită în legătură cu publicitatea politică legată de alegerile sau referendumul respectiv ar trebui să fie tratată fără întârzieri nejustificate.

- (64) Autoritățile competente își exercită atribuțiile în temeiul prezentului regulament cu condiția respectării unor garanții procedurale adecvate în conformitate cu dreptul Uniunii și cu dreptul intern al statelor membre, incluzând acțiuni judiciare eficace și dreptul la un proces echitabil.
- (65) ***Pentru a sprijini respectarea prezentului regulament, furnizorii de servicii și alte entități interesate ar trebui să primească informații în timp util și ușor accesibile cu privire la datele alegerilor și referendumurilor naționale. Prin urmare, statele membre ar trebui să publice datele alegerilor și ale referendumurilor. Aceste informații ar trebui să fie ușor accesibile și puse la dispoziție în timp util. De asemenea, statele membre ar trebui să furnizeze aceste informații publicului prin intermediul unui portal pus la dispoziție de Comisie, imediat după anunțarea acestora [...].***
- (65a) ***Pentru a sprijini punerea în aplicare efectivă a prezentului regulament, Comisia este încurajată să elaboreze, după caz, orientări privind identificarea publicității politice și aplicarea sancțiunilor.***
- (66) În vederea îndeplinirii obiectivelor prevăzute în prezentul regulament, competența de a adopta acte în conformitate cu articolul 290 din tratat ar trebui delegată Comisiei în ceea ce privește articolul 7 alineatul (8 [...]), pentru a preciza mai în detaliu forma în care ar trebui să fie îndeplinite cerințele privind furnizarea de informații în notificările privind transparența în conformitate cu articolul respectiv, și în ceea ce privește articolul 12a alineatul (6 [...]), pentru a preciza mai în detaliu forma în care ar trebui să fie îndeplinite cerințele privind furnizarea de informații cu privire la vizarea unui public-țintă. Este deosebit de important ca serviciile Comisiei să organizeze consultări adecvate **cu** [...] experți desemnați de fiecare stat membru, și ca respectivele consultări să se desfășoare în conformitate cu principiile stabilite în Acordul interinstituțional din 13 aprilie 2016 privind o mai bună legiferare. În special, pentru a asigura participarea egală la pregătirea actelor delegate, Parlamentul European și Consiliul primesc toate documentele în același timp cu experții din statele membre, iar experții acestor instituții au acces sistematic la reuniunile grupurilor de experți ale Comisiei însărcinate cu pregătirea actelor delegate.

- (67) În termen de doi ani după fiecare scrutin pentru Parlamentul European, Comisia ar trebui să prezinte un raport privind evaluarea și revizuirea prezentului regulament. La pregătirea raportului respectiv, Comisia ar trebui, de asemenea, să ia în considerare punerea în aplicare a prezentului regulament în contextul altor alegeri și referendumuri care au loc în Uniune **și impactul prezentului regulament asupra actorilor mass-media mici și mijlocii. Raportul ar trebui să evalueze, în special, eficacitatea regulamentului în ceea ce privește mijloacele specifice de publicitate politică, restricționarea într-o mai mare măsură a prelucrării datelor cu caracter personal în scopul utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic reglementate în temeiul prezentului regulament, tipul și cuantumul sancțiunilor impuse de statele membre, precum și cerința de a crea registre publice de publicitate pentru toate tipurile de publicitate politică online.** Raportul ar trebui să examineze, printre altele, caracterul adecvat al dispozițiilor anexelor la prezentul regulament și să analizeze necesitatea revizuirii acestora.
- (68) Regulamentul (UE) nr. 1141/2014 privind statutul și finanțarea partidelor politice europene prevede obligații complementare privind utilizarea publicității politice de către partidele politice europene.
- (69) Întrucât obiectivele prezentului regulament, și anume contribuirea la buna funcționare a pieței interne a publicității politice și a serviciilor conexe și stabilirea de norme privind utilizarea vizării unui public-țintă în contextul publicării și difuzării publicității politice, nu pot fi realizate în mod satisfăcător de către statele membre și, prin urmare, pot fi realizate mai bine la nivelul Uniunii, Uniunea poate adopta prezentul regulament, în conformitate cu principiul subsidiarității, astfel cum este prevăzut la articolul 5 din TUE. În conformitate cu principiul proporționalității, astfel cum este prevăzut la articolul respectiv, prezentul regulament nu depășește ceea ce este necesar pentru realizarea acestor obiective.
- (70) Prezentul regulament nu aduce atingere normelor prevăzute, în special, în Directiva 2000/31/CE și nici normelor privind răspunderea furnizorilor intermediari de servicii prevăzute la articolele 12-15 din directiva menționată, astfel cum a fost modificată prin Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul privind piețele digitale], Directiva 2002/58/CE și Regulamentul (UE) XXX [Regulamentul privind viața privată și comunicațiile electronice] sau normelor prevăzute în Directiva (UE) 2010/13, Directiva 2000/31/CE, Directiva 2002/58/CE, Directiva 2005/29/CE, Directiva 2011/83/UE, Directiva 2006/114/CE, Directiva 2006/123/CE și Regulamentul (UE) 2019/1150.

(71) Autoritatea Europeană pentru Protecția Datelor a fost consultată în conformitate cu articolul 42 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725 și a emis un aviz la XX.XX.2022,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

CAPITOLUL I – DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1

Obiect și obiective [...]

- (1) Prezentul regulament stabilește:
 - (a) obligații armonizate în materie de transparență în sarcina furnizorilor de publicitate politică și de servicii conexe, și anume obligația de a păstra, de a divulga și de a publica informații legate de furnizarea unor astfel de servicii;
 - (b) norme armonizate privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în contextul [...] publicității politice care implică **prelucrarea** [...] datelor cu caracter personal **și indiferent dacă publicitatea politică implică sau nu un serviciu**.
- (2) [...]
- (3) Scopul prezentului regulament este:
 - (a) să contribuie la buna funcționare a pieței interne a publicității politice și a serviciilor conexe;
 - (b) să protejeze persoanele fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal.

(1) [...]

Articolul 1a

Domeniul de aplicare

- (1) *Prezentul regulament se aplică publicității politice în cazul în care publicitatea politică este difuzată în Uniune sau este direcționată către persoane sau adusă în domeniul public în unul sau mai multe state membre, indiferent de locul de stabilire al furnizorului de servicii de publicitate politică și indiferent de mijloacele utilizate.*
- (2) *Prezentul regulament nu afectează nici conținutul materialelor publicitare politice și nici normele Uniunii sau ale statelor membre care reglementează alte aspecte decât cele reglementate de prezentul regulament.*

(3 [...]) Prezentul regulament nu aduce atingere normelor stabilite în următoarele acte legislative:

- (a) Directiva 2000/31/CE;
- (b) Directiva 2002/58/CE și Regulamentul (UE) XXX [Regulamentul privind viața privată și comunicațiile electronice];
- (c) Directiva 2005/29/CE;
- (d) Directiva 2006/114/CE;
- (e) Directiva 2006/123/CE;
- (f) Directiva 2010/13/UE;
- (g) Directiva 2011/83/UE;
- (h) Regulamentul (UE) 2019/1150;
- (i) [Regulamentul (UE) 2022/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale]].

Articolul 2

Definiții

În înțelesul prezentului regulament[...]:

1. „serviciu” înseamnă orice activitate economică independentă, prestată în mod obișnuit în schimbul unei remunerații, astfel cum se menționează la articolul 57 din TFUE;
2. „publicitate politică” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, prin orice mijloace, a unui mesaj:
 - (a) de către un actor politic, pentru acesta sau în numele lui, cu excepția cazului în care mesajul este de natură pur privată sau pur comercială sau

- (b) care este de natură *și este conceput* să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, *un comportament de vot sau* un proces legislativ sau de reglementare, [...] *la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local.*

Nu sunt incluse:

- i. opiniile politice exprimate în orice mass-media aflată sub responsabilitate editorială, cu excepția cazului în care se prevede o remunerație specifică pentru exprimarea opiniei politice respective sau în legătură cu aceasta.*
- ii. [...] mesajele care provin din surse oficiale ale statelor membre sau ale Uniunii legate exclusiv de [...] organizarea alegerilor sau a referendumurilor și de modalitățile de participare la acestea, inclusiv candidaturile și întrebarea adresată în cadrul referendumului, sau de promovarea participării la alegeri sau referendumuri [...].*
- iii. comunicarea publică de către, pentru sau în numele oricărei autorități publice a unui stat membru, inclusiv al membrilor guvernului, cu condiția să nu fie concepută pentru a influența rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau un proces legislativ ori de reglementare;*
- iv. prezentarea candidaților în spații publice specificate sau în mass-media care sunt prevăzute în mod explicit de lege și alocate cu titlu gratuit, cu respectarea egalității de tratament.*

3. „material publicitar politic” înseamnă un caz de publicitate politică **publicată sau difuzată prin orice mijloace;**

4. „actor politic” înseamnă oricare dintre următoarele:

- (a) un partid politic în sensul articolului 2 punctul 1 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014 sau o entitate legată direct sau indirect de [...] un[...] astfel de partid politic;

- (b) o alianță politică în sensul articolului 2 punctul 2 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
- (c) un partid politic european în sensul articolului 2 punctul 3 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
- (d) un candidat la orice mandat electiv *sau deținătorul acestuia, de la nivelul Uniunii sau* de la nivel [...] național, regional și local sau la *oricare* [...] dintre funcțiile de conducere din cadrul unui partid politic;

[...]

- (f) un membru [...] *din cadrul instituțiilor Uniunii, cu excepția Curții de Justiție a Uniunii Europene, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi, sau* din cadrul administrației [...] *unui stat membru* de la nivel [...] național, regional sau local;

[...]

- (h) orice persoană fizică sau juridică care reprezintă sau acționează în numele oricăreia dintre persoanele sau organizațiile menționate la literele (a)-(g) și care promovează obiectivele politice ale oricăreia dintre acestea.

5. „serviciu de publicitate politică” înseamnă un serviciu care constă în publicitate politică, cu excepția serviciilor intermediare online în sensul articolului 2 litera (f) din Regulamentul (UE) 202[...]2/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] care sunt furnizate fără o [...] *remunerație specifică* pentru *pregătirea*, plasarea, *promovarea*, publicarea sau difuzarea mesajului *politic* [...];

- 5a. *„furnizor de servicii de publicitate politică” înseamnă o persoană fizică sau juridică care furnizează servicii de publicitate politică, cu excepția serviciilor pur auxiliare;*
6. „campanie de publicitate politică” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea unei serii de materiale publicitare *politice* conexe în executarea unui contract de publicitate politică, pe baza unei pregătiri, sponsorizări sau finanțări comune;
7. „sponsor” înseamnă persoana fizică sau juridică *la cererea căreia sau* în numele căreia este pregătit, plasat, *promovat*, publicat sau difuzat un material publicitar politic;
8. „tehnici de vizare a unui public-țintă [...]” înseamnă tehnici care sunt utilizate [...] pentru a adresa un material publicitar politic [...], *de obicei cu conținut personalizat*, numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, *pe baza prelucrării datelor cu caracter personal*[...];
- 8a. *„tehnici de amplificare a impactului unui material publicitar politic” înseamnă tehnici de optimizare, inclusiv tehnici de distribuire a anunțurilor publicitare, care sunt utilizate pentru a spori circulația, acoperirea sau vizibilitatea unui material publicitar politic pe baza prelucrării datelor cu caracter personal și care pot servi la livrarea materialului publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane;*
9. [...]
10. „electorat relevant” înseamnă ansamblul de persoane care pot vota în cadrul alegerilor sau al referendumului care au (are) loc în statul membru în care [...] *este publicat sau difuzat* un material publicitar politic, care poate fi întregul electorat al unui stat membru;

11. „editor de publicitate politică” înseamnă **un furnizor de servicii de publicitate politică** [...] care **publică sau** difuzează [...] publicitate politică prin orice mijloc de comunicare;
12. „operator” înseamnă un operator în conformitate cu articolul 4 punctul 7 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau, după caz, cu articolul 3 punctul 8 din Regulamentul (UE) 2018/1725.
- [...]

Articolul 2a

Identificarea unui material publicitar politic

- (1) *Pentru a stabili dacă un mesaj constituie publicitate politică în sensul articolului 2 punctul 2 litera (b), se ține seama de caracteristicile sale relevante, precum:*
- (a) conținutul mesajului;*
 - (b) sponsorul mesajului;*
 - (c) limba utilizată pentru transmiterea mesajului, mijloacele prin care mesajul este promovat, publicat sau difuzat și publicul-țintă;*
 - (d) contextul în care este transmis mesajul, inclusiv perioada de difuzare, cum ar fi perioadele electorale sau de referendum și procesul legislativ sau de reglementare;*
 - (e) obiectivul mesajului.*

- (2) *Ar trebui să existe o legătură clară și substanțială între mesaj și potențialul acestuia de a influența rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau procesul legislativ sau de reglementare.*

Articolul 3

Principiul pieței interne [...]

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

CAPITOLUL II – OBLIGAȚII DE TRANSPARENȚĂ PENTRU SERVICIILE DE PUBLICITATE POLITICĂ

Articolul 4

Transparența serviciilor de publicitate politică

- (1) Serviciile de publicitate politică se furnizează în mod transparent, în conformitate cu obligațiile prevăzute la **capitolul II** [...] din prezentul regulament.
- (1a) Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică fac posibilă respectarea dispozițiilor relevante ale prezentului regulament.**

Articolul 5

Identificarea serviciilor de publicitate politică

- (1) Furnizorii de servicii de publicitate le solicită sponsorilor și furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor să declare dacă serviciul de publicitate a cărui furnizare o solicită furnizorului de servicii constituie un serviciu de publicitate politică în sensul articolului 2 punctul 5. Sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor trebuie să facă o astfel de declarație **cu sinceritate**.
- (2) Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică [...] **prevăd obligația sponsorului sau a furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor de a furniza informațiile necesare pentru a se respecta articolul 6 alineatul (1). Aceste informații se transmit în mod complet și exact, fără întârzieri nejustificate** [...].
- (2a) În cazul în care un furnizor de servicii de publicitate ia cunoștință sau are cunoștință de faptul că [...] o declarație sau o informație este în mod vădit eronată, solicită sponsorului[...] sau furnizorului[...] de servicii de publicitate care acționează în numele unui sponsor[...] să își corecteze declarația sau informațiile furnizate. Sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor efectuează astfel de corecții în mod complet și exact, fără întârzieri nejustificate.**

Articolul 6

Păstrarea evidențelor [...]

- (1) Furnizorii de servicii de publicitate politică păstrează informațiile pe care le colectează în cadrul furnizării serviciilor lor, cu privire la:
- (a) materialul publicitar politic sau campania de publicitate politică aferent(ă) serviciului sau serviciilor;
 - (b) serviciul sau serviciile specifice **pe care aceștia le-au** furnizat[...] în legătură cu publicitatea politică;
 - (c) sumele facturate pentru serviciul sau serviciile furnizate și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru serviciul sau serviciile furnizate **și sursele acestora**:[...]
 - (d) [...] identitatea sponsorului **materialului publicitar politic și, dacă este cazul, entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul**,[...] datele [...] lor de contact **și, pentru persoanele juridice, locul de stabilire a acestora; și**
 - (da) după caz, indicarea alegerilor sau a referendumurilor relevante cu care are legătură materialul publicitar politic.**
- (2) Informațiile menționate la alineatul (1) [...] **sunt** în scris **sau** [...] în format electronic. Aceste informații se păstrează pentru o perioadă de cinci ani de la data ultimei pregătiri, plasări, **promovări**, publicări sau diseminări, după caz.
- (2a) Prezentul articol nu se aplică întreprinderilor care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatul (1) din Directiva 2013/34/UE în cazul în care furnizarea de servicii de publicitate este pur marginală și accesorie în raport cu activitățile lor principale.**
- (3) [...]

Articolul 6a

Transmiterea informațiilor către editorul de publicitate politică

- (1) *Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că informațiile menționate la articolul 6 alineatul (1) sunt comunicate în timp util, în mod complet și în mod exact editorilor de publicitate politică care vor publica sau vor difuza materialul publicitar politic, pentru a le permite editorilor de publicitate politică să își respecte obligațiile care le revin în temeiul prezentului regulament. Furnizorii de servicii de publicitate politică depun eforturi rezonabile pentru a se asigura că informațiile păstrate în temeiul articolului 6 alineatul (1) sunt complete și exacte.*

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

- (2) *Furnizorii de servicii de publicitate politică transmit aceste informații în același timp cu furnizarea serviciului relevant în conformitate cu bunele practici și cu standardele din domeniu, prin intermediul unui proces standardizat automatizat, atunci când acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic.*
- (3) *Atunci când un furnizor de servicii de publicitate politică ia cunoștință de faptul că informațiile pe care le-a transmis au fost actualizate, acesta trebuie să se asigure că respectivele informații actualizate sunt comunicate editorului de publicitate politică relevant.*

Cerințe de transparență pentru fiecare material publicitar politic

- (1) **Editorul de publicitate politică** [...] pune la dispoziție, **împreună cu fiecare material publicitar politic**, [...] următoarele informații, în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate:
- (a) o declarație care să ateste că este vorba de un material publicitar politic;
 - (b) identitatea sponsorului materialului publicitar politic și, **dacă este cazul**, entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul;
- (ba) după caz, o declarație conform căreia materialul publicitar politic a vizat un public-țintă sau amplificarea impactului;**
- (c) o notificare privind transparența, care să permită înțelegerea contextului mai larg al materialului publicitar politic și al obiectivelor sale, sau o indicație clară a locului în care aceasta poate fi accesată cu ușurință.
- În acest sens, editorii de publicitate politică utilizează tehnici de marcare și etichetare eficientă și proeminentă care permit ca materialele publicitare politice să fie identificate cu ușurință ca atare și ca marcajul sau etichetarea să rămână vizibil(ă) în cazul în care un material publicitar politic este difuzat mai departe.
- (2) Notificarea privind transparența [...] include, **cel puțin**, următoarele informații:
- (a) identitatea sponsorului și, **dacă este cazul, a entității care controlează în ultimă instanță sponsorul**[...];
 - (b) [...]
 - (c) [...] informații privind sumele agregate [...] sau alte beneficii primite **de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv cele primite de editor** parțial sau integral pentru [...] **serviciile de publicitate politică pentru** materialul[...] publicitar relevant și **pentru** [...] campania de publicitate politică, dacă este cazul, și sursele acestora;

- (d) după caz, indicarea alegerilor sau a referendumurilor cu care are legătură materialul publicitar;
- (e) dacă este cazul, linkuri către registrele online cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar *menționate la alineatul (6)*;
- (ea) după caz, informațiile specificate la articolul 12a alineatul (1) literele (c) și (ca).*
- (f) [...]
- (g) [...] Informațiile care trebuie incluse în notificarea privind transparența *cuprind de asemenea elementele* [...] prevăzute în anexa I.
- (2a) *Notificarea privind transparența se include în fiecare material publicitar politic sau poate fi accesată cu ușurință de la prima publicare a acestuia și până la sfârșitul publicării acestuia. Notificările privind transparența trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, dacă este posibil din punct de vedere tehnic, citibil automat, perceptibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu. Notificările privind transparența care sunt citibile automat sunt puse la dispoziție prin intermediul unei interfețe comune de programare a aplicațiilor, accesibilă publicului.***
- (3) Editorii de publicitate politică depun eforturi rezonabile pentru a se asigura că informațiile menționate la alineatul[...] (2) sunt complete[...], *exacte și actualizate. Atunci când sponsorul sau furnizorul[...] de servicii de publicitate politică ia cunoștință de faptul că informațiile transmise editorului de publicitate politică sau publicate de acesta sunt incomplete sau inexacte, acesta trebuie să contacteze, fără întârzieri nejustificate, editorul de publicitate politică în cauză și, după caz, să îi transmită informațiile completate sau corectate. În cazul în care editorul de publicitate politică ia cunoștință prin orice mijloace de faptul că informațiile menționate la alineatul (2) sunt incomplete sau inexacte, trebuie să depună eforturi rezonabile, inclusiv, după caz, contactând sponsorul sau furnizorii de servicii în cauză, pentru a completa sau a corecta informațiile. [...] În cazul în care informațiile nu pot fi completate sau corectate fără întârzieri nejustificate, editorul nu pune la dispoziție sau întrerupe publicarea sau difuzarea [...] materialului publicitar politic. Editorul trebuie să informeze sponsorul sau furnizorul de servicii care acționează în numele sponsorului dacă materialul publicitar politic pe care îl sponsorizează nu este pus la dispoziție sau este întrerupt.***

- (4) [...]
- (5) Editorii de publicitate politică își păstrează notificările privind transparența, împreună cu eventualele modificări, pentru o perioadă de cinci ani de la **ultima publicare** [...].
- (5a) Alineatul (5) nu se aplică întreprinderilor care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatul (1) din Directiva 2013/34/UE în cazul în care furnizarea de servicii de publicitate este pur marginală și accesorie în raport cu activitățile lor principale.**
- (6) Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul articolului 25 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] se asigură că, **pentru fiecare material publicitar politic, informațiile prevăzute la alineatul (2) din prezentul articol sunt puse imediat la dispoziție în registrele menționate la [...]** articolul [39[...]] din regulamentul respectiv [Actul legislativ privind serviciile digitale]. **Aceste informații trebuie actualizate și furnizate în conformitate cu un standard convenit la nivel de industrie în ceea ce privește accesibilitatea, structura datelor și accesul, prin intermediul unei interfețe comune de programare a aplicațiilor, accesibilă publicului** [...].
- (7) Statele membre, inclusiv autoritățile competente, și Comisia încurajează elaborarea de coduri de conduită menite să contribuie la aplicarea corespunzătoare a prezentului articol, ținând seama de caracteristicile specifice ale furnizorilor de servicii relevanți implicați și de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii, în sensul articolului 3 din Directiva 2013/34/UE.

- (8) Comisia este împuternicită să adopte acte delegate în conformitate cu articolul 19 pentru a modifica anexa I prin adăugarea[...] **sau** modificarea [...] unor elemente din lista informațiilor **din aceasta** [...], având în vedere evoluțiile tehnologice, **cercetările științifice relevante, evoluțiile în supravegherea de către autoritățile competente și orientările relevante emise de organismele competente și cu condiția ca elementele prevăzute la alineatul (2) al prezentului articol să fie menținute și ca** aceste modificări să fie necesare pentru a permite înțelegerea contextului mai larg al materialelor publicitare politice și a obiectivelor acestora.

Articolul 8

Rapoarte periodice privind serviciile de publicitate politică

- (1) [...]Editorii de publicitate **politică** includ [...] informații cu privire la sumele sau valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru [...] serviciile **furnizate**, inclusiv cu privire la utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic, agregate în funcție de campanie, **anexate la** [...] raportul administratorilor lor, în sensul articolului 19 din Directiva 2013/34/UE.
- (2) Alineatul (1) nu se aplică întreprinderilor care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 **alineatele (1)-[...] (3)** din Directiva 2013/34/UE.

Articolul 9

Indicarea caracterului posibil ilegal al unor materiale publicitare politice

- (1)**[...] [...]Editorii de publicitate **politică** [...] permit persoanelor **fizice sau juridice** să îi notifice, cu titlu gratuit, cu privire la faptul că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat nu respectă prezentul regulament.

- (2)[...] Informațiile privind modul de notificare a materialelor publicitare politice, astfel cum se menționează la alineatul (1), trebuie să fie ușor de utilizat și de accesat, inclusiv din notificarea privind transparența.
- [...] Editorii de publicitate politică permit transmiterea **notificării** [...] menționate la alineatul (1) prin mijloace electronice.
- (3) **Editorii de publicitate politică depun eforturi rezonabile pentru a trata, cu diligență și obiectivitate și fără întârzieri nejustificate, notificările primite în temeiul alineatului (1), contactând furnizorul de servicii de publicitate politică relevant și, după caz, sponsorul.**
- (3a)[...] [...] Editorii de publicitate politică informează, **cel puțin la cerere și fără întârzieri nejustificate**, persoanele **care au efectuat notificarea menționată la alineatul (1)**[...] cu privire la măsurile luate ca urmare a notificării [...]. **Editorii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatul (1) din Directiva 2013/34/UE depun toate eforturile pentru a asigura conformitatea cu prezentul alineat.**
- (3b) **În luna care precedă alegerile sau referendumul, editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 2022/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] trebuie să trateze în termen de 48 de ore orice notificare pe care o primesc cu privire la publicitatea legată de aceste alegeri sau de acest referendum.**
- (4) [...] La notificările repetate efectuate în temeiul alineatului (1) cu privire la același material publicitar sau campanie de publicitate se poate răspunde colectiv, inclusiv prin trimitere la un anunț de pe site-ul web al editorului de publicitate politică în cauză.

Articolul 10

Transmiterea de informații autorităților competente

- (1) **Pentru a verifica respectarea articolelor 6, 7 și 8**, autoritățile naționale competente pot să [...] solicite [...] furnizorilor de servicii de publicitate politică să transmită **orice** informație [...] **necesară**. Informațiile transmise trebuie să fie complete, exacte și de încredere și să fie furnizate într-un format clar, coerent, consolidat și inteligibil. În cazul în care este posibil din punct de vedere tehnic, informațiile se transmit într-un format citibil automat.

- (1a) Solicitarea **menționată la alineatul (1)** cuprinde următoarele elemente:
- (a) o expunere de motive în care se explică obiectivul pentru care sunt solicitate informațiile și motivul pentru care solicitarea este necesară și proporțională, cu excepția cazului în care solicitarea urmărește obiectivul prevenirii, depistării, investigării și urmăririi [...] infracțiunilor **sau contravențiilor grave** și în măsura în care dezvăluirea motivelor solicitării ar periclita acest obiectiv;
 - (b) informații privind măsurile corective puse la dispoziția furnizorului de servicii relevant și a sponsorului serviciului de publicitate politică.
- (2) La primirea unei solicitări în temeiul alineatului (1), furnizorii de servicii de publicitate politică confirmă, în termen de două zile lucrătoare, primirea solicitării respective și informează autoritatea cu privire la măsurile luate pentru a se conforma acesteia. Furnizorul de servicii relevant furnizează informațiile solicitate în termen de zece zile lucrătoare. **Cu toate acestea, furnizorii de servicii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE depun eforturi rezonabile pentru a furniza, în termen de 15 zile lucrătoare, informațiile solicitate.**
- (2a) **Prin derogare de la alineatul (3), în luna anterioară unor alegeri sau unui referendum, furnizorii de servicii de publicitate politică furnizează informațiile solicitate în termen de 48 de ore. Cu toate acestea, furnizorii de servicii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE trebuie să depună eforturi rezonabile pentru a furniza informațiile solicitate fără întârzieri nejustificate și, dacă este posibil, înainte de data alegerilor sau a referendumului.**
- (3) Furnizorii de servicii de publicitate politică desemnează un punct de contact pentru interacțiunea cu autoritățile naționale competente. Furnizorii de servicii de publicitate politică **care îndeplinesc condițiile prevăzute la [...]** articolul 3 **alineatele (1)-(3)** din Directiva 2013/34/UE pot desemna o persoană fizică externă drept punct de contact.

Transmiterea de informații către alte entități interesate

- (1) **La cererea entităților interesate**, [...] furnizorii de servicii de publicitate politică [...] transmit [...], **cu titlu gratuit**, informațiile **pe care trebuie să le dețină în temeiul** [...] articol[...]elor 6 **și** 7 către **aceste** entități [...].
- (2) Entitățile interesate care solicită transmiterea de informații în temeiul alineatului (1) nu urmăresc interese comerciale și se încadrează în una sau mai multe dintre următoarele categorii:
- (a) cercetători agreeți, în conformitate cu articolul 31 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale];
 - (b) membri ai unei organizații a societății civile ale cărei obiective statutare sunt protejarea și promovarea interesului public și care este autorizată în temeiul dreptului național sau al dreptului Uniunii;
 - (c) actori politici [...]; [...]
 - (d) observatori electorali naționali sau internaționali [...] **recunoscuți** într-un stat membru [...] **sau**
- (da) jurnaliști.**

[...]

- (3) În urma unei solicitări din partea unei entități interesate, furnizorul de servicii depune toate eforturile pentru a furniza informațiile solicitate sau răspunsul său motivat în conformitate cu alineatul (5), în termen de o lună.

- (4) Atunci când pregătește informațiile care trebuie furnizate în temeiul alineatului (1), furnizorul de servicii poate agrega sumele relevante sau le poate plasa într-un interval, în măsura în care acest lucru este necesar pentru a-și proteja interesele comerciale legitime.
- (5) În cazul în care solicitările formulate în temeiul alineatului (1) sunt în mod evident nefondate, neclare sau excesive, în special din cauza lipsei lor de claritate, furnizorul de servicii poate refuza să răspundă. În acest caz, furnizorul de servicii relevant trimite un răspuns motivat **și informații privind măsurile corective posibile** entității interesate care a formulat solicitarea.
- (6) În cazul în care **prelucrarea** solicitărilor formulate în temeiul alineatului (1) [...] presupune costuri semnificative, furnizorul de servicii poate percepe o taxă rezonabilă și proporțională, care nu poate depăși, în niciun caz, costurile administrative aferente furnizării informațiilor solicitate.
- (7) Furnizorii de servicii au sarcina de a demonstra că o solicitare este în mod evident nefondată, neclară sau excesivă ori că solicitările [...] presupun costuri semnificative de prelucrare.

CAPITOLUL III – VIZAREA UNUI PUBLIC-ȚINTĂ ȘI AMPLIFICAREA IMPACTULUI ÎN PUBLICITATEA POLITICĂ

Articolul 12

Interdicții [...] referitoare la vizarea unui public-țintă și la amplificarea impactului unui material publicitar politic

- (1) Sunt interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic care implică prelucrarea ***categoriilor speciale de date***[...] cu caracter personal menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725 în contextul publicității politice.
- (2) ***Alineatul (1) [...] nu se aplică situațiilor menționate la articolul 9 alineatul (2) litera (a) [...] din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) litera (a) [...] din Regulamentul (UE) 2018/1725. În scopul punerii în aplicare a prezentului alineat, consimțământul explicit în sensul Regulamentelor (UE) 2016/679 și (UE) 2018/1725 trebuie dat separat și în mod specific în scopul publicității politice.***
- (2a) ***Alineatul (1) nu se aplică situațiilor menționate la articolul 9 alineatul (2) litera (d) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) litera (d) din Regulamentul (UE) 2018/1725.***
- (3) ***În contextul publicității politice, sunt interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic care implică prelucrarea datelor cu caracter personal ale unei persoane despre care se știe, cu un grad rezonabil de certitudine, că are o vârstă de cel puțin un an sub vârsta de vot stabilită de normele naționale.***

Articolul 12a

Cerințe specifice referitoare la vizarea unui public-țintă și la amplificarea impactului unui material publicitar politic

- (1 [...]) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii trebuie să respecte, în plus față de cerințele prevăzute în Regulamentul (UE) 2016/679 și, după caz, în Regulamentul (UE) 2018/1725, următoarele cerințe:

- (a) să adopte, [...] să aplice **și să informeze publicul** cu privire la o politică internă care descrie în mod clar și într-un limbaj simplu **modul în care** [...] astfel de tehnici **sunt utilizate** [...] și să mențină o astfel de politică pentru o perioadă de cinci ani **de la ultima utilizare a acestor tehnici**;
- (b) să țină evidența utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic, a mecanismelor, tehnicilor și parametrilor relevanți utilizați și a sursei (surselor) datelor cu caracter personal utilizate;
- (c) **să asigure furnizarea** [...], împreună cu **indicația că este un** material[...] publicitar politic, **a** informațiilor suplimentare necesare pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri ai tehnicii utilizate, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare. **Informațiile respective includ cel puțin următoarele elemente:**
- (i) **grupurile specifice de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a determina destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar;**
 - (ii) **categoriile și sursele datelor cu caracter personal utilizate pentru vizarea unui public-țintă sau amplificarea impactului unui material publicitar politic;**

[...] Informațiile **care trebuie incluse cuprind de asemenea** elementele prevăzute în anexa II.

- (ca) [...] **furnizează**, împreună cu materialul publicitar [...] **sau** în notificarea privind transparența prevăzută la articolul 7, o trimitere la mijloace eficiente de sprijinire a persoanelor fizice în exercitarea drepturilor lor în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 **sau al Regulamentului (UE) 2018/1725, după caz, în special o trimitere la dreptul persoanelor fizice de a-și da sau de a-și retrage consimțământul, după caz, și la dreptul de opoziție. O astfel de trimitere include un link către o interfață care permite exercitarea unui astfel de drept.**

- (2[...]) [...] În cazul în care operatorul este diferit de editorul de publicitate **politică**, operatorul transmite politica internă **și se asigură că informațiile la care se face referire în alineatul (1) literele (c) și (ca) sunt comunicate** [...] editorului de publicitate politică **pentru a-i permite acestuia să își respecte obligațiile conform prezentului regulament. Informațiile**

se transmit, în timp util și în mod exact, în conformitate cu bunele practici și cu standardele din domeniu, prin intermediul unui proces automat standardizat, atunci când acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic.

- (3) *Furnizorii de servicii de publicitate politică transmit operatorilor, dacă se impune, informațiile necesare pentru a se conforma alineatelor (1) și (2).*

[...]

- (4[...]) Informațiile care trebuie furnizate în conformitate cu **alineatele (1)-(3)** [...] trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, în cazul în care este fezabil din punct de vedere tehnic, citibil automat, perceptibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu.

[...]

- (5[...]) Comisia este împuternicită să adopte acte delegate în conformitate cu articolul 19 pentru a modifica anexa II prin **adăugarea sau** modificarea [...] unor elemente din lista informațiilor **din aceasta** [...], având în vedere evoluțiile tehnologice, [...] cercetarea științifică relevantă, precum și evoluțiile în ceea ce privește supravegherea de către autoritățile competente și orientările relevante emise de organismele competente **și cu condiția ca elementele prevăzute la alineatul (1) litera (c) de la prezentul articol să fie menținute.**

Articolul 13

Transmiterea de informații către alte entități interesate privind vizarea unui public-țintă sau amplificarea impactului unui material publicitar politic

- (1) Operatorii [...] **iau** măsurile corespunzătoare pentru a transmite, la cererea entităților interesate, în conformitate cu articolul 11 alineatul (1), **și cu titlu gratuit**, informațiile menționate la articolul 12a.
- (2) Articolul 11 alineatele (2)-(7) se aplică prin analogie.

CAPITOLUL IV – SUPRAVEGHEREA PUNERII ÎN APLICARE ȘI ASIGURAREA RESPECTĂRII REGULAMENTULUI

Articolul 14

Reprezentant legal

- (1) Furnizorii de servicii care prestează servicii de publicitate politică în Uniune, dar nu au un sediu în Uniune, desemnează în scris o persoană fizică sau juridică drept reprezentantul lor legal într-unul dintre statele membre în care furnizorul își oferă serviciile. **Reprezentantul legal desemnat se înregistrează la autoritatea competentă menționată la alineatul (2a).**
- (1a) În cazul în care furnizorii de servicii de publicitate politică nu respectă obligația prevăzută la alineatul (1), statele membre iau toate măsurile adecvate pentru a asigura respectarea prezentului regulament, inclusiv prin întreruperea publicării sau difuzării materialelor publicitare politice relevante atunci când conformitatea nu poate fi asigurată în alt mod.**
- (2) Reprezentantul legal este responsabil de asigurarea respectării obligațiilor furnizorului de servicii reprezentat în temeiul prezentului regulament și este destinatarul tuturor comunicărilor cu furnizorul de servicii relevante prevăzute în prezentul regulament. Orice comunicare către reprezentantul legal respectiv se consideră a fi o comunicare către furnizorul de servicii reprezentat.
- (2a) Statele membre desemnează o autoritate competentă responsabilă cu publicarea online și actualizarea periodică a informațiilor privind reprezentanții legali desemnați înregistrați în temeiul alineatului (1). Statele membre pun la dispoziția Comisiei linkurile către site-urile web relevante.**
- (2b) Comisia creează un portal care conține linkuri către site-urile web puse la dispoziție de statele membre în temeiul alineatului (2a).**

Autoritățile competente și punctele de contact

- (1) Autoritățile de supraveghere menționate la articolul 51 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau la articolul 52 din Regulamentul (UE) 2018/1725 au competența de a monitoriza aplicarea articolelor **12 și 12a** din prezentul regulament în domeniul lor de competență. Articolul 58 din Regulamentul (UE) 2016/679 și articolul 58 din Regulamentul (UE) 2018/1725 se aplică prin analogie. Capitolul VII din Regulamentul (UE) 2016/679 se aplică activităților care intră sub incidența articolelor **12 și 12a** din prezentul regulament.
- (2) Statele membre desemnează autorități competente care să monitorizeze respectarea de către furnizorii de servicii intermediare, în sensul Regulamentului (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], a obligațiilor prevăzute la articolele 5-11 și articolul 14 din prezentul regulament, după caz. Autoritățile competente desemnate în temeiul Regulamentului (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] pot fi, de asemenea, cele desemnate să monitorizeze respectarea de către intermediarii online a obligațiilor prevăzute la articolele 5-11 și articolul 14 din prezentul regulament. Coordonatorul serviciilor digitale menționat la articolul 38 din Regulamentul (UE) 2021/xxx din fiecare stat membru este responsabil de asigurarea coordonării la nivel național în ceea ce privește furnizorii de servicii intermediare, astfel cum sunt definiți în Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale]. Articolul 45 alineatele (1)-(4) și articolul 46 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] se aplică aspectelor legate de aplicarea prezentului regulament în ceea ce privește furnizorii de servicii intermediare.
- (3) Fiecare stat membru desemnează una sau mai multe autorități competente responsabile cu aplicarea și asigurarea respectării aspectelor din prezentul regulament care nu sunt menționate la alineatele (1) și (2). **Aceste autorități competente pot fi diferite de cele menționate la alineatele (1) și (2).** Fiecare autoritate competentă desemnată în temeiul prezentului alineat beneficiază din punct de vedere structural de independență deplină atât față de sectorul de activitate în care își exercită atribuțiile, cât și față de orice intervenție externă sau presiune politică. Aceasta monitorizează în mod eficace și ia măsurile necesare și proporționale pentru a asigura respectarea prezentului regulament, în condiții de independență deplină.

- (4) [...]
- (5) Autoritățile competente menționate la alineatul (3), în cazul în care își exercită **sarcinile și competențele de supraveghere și** de asigurare a respectării prezentului regulament, au competența:
- (-aa) să solicite accesul la date, documente sau orice informații necesare, în special de la sponsor sau de la furnizorii de servicii de publicitate politică în cauză;**
- (a) să emită avertismente adresate furnizorilor de servicii de publicitate politică cu privire la nerespectarea de către aceștia a obligațiilor care le revin în temeiul prezentului regulament;
- (aa) să dispună încetarea încălcărilor și să impună sponsorilor sau furnizorilor de servicii de publicitate politică să ia măsurile necesare pentru a se conforma prezentului regulament, respectând în același timp dreptul fundamental la libertatea de exprimare și de informare;**
- (b) să facă o declarație publică în care identifică persoana(ele) juridică(e) și fizică(e) răspunzătoare pentru încălcarea unei obligații prevăzute în prezentul regulament și natura încălcării respective;
- (c) să impună amenzi [...] sau sancțiuni financiare [...] și, după caz, alte măsuri corective, pentru a pune efectiv capăt încălcării sau să solicite unei autorități judiciare din statul lor membru să facă acest lucru;
- (6) Statele membre asigură cooperarea **eficace și structurată la nivel național** între toate autoritățile competente **relevante desemnate în temeiul alineatelor (1)-(3)** [...], pentru a facilita schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea sarcinilor și **competențelor** de supraveghere și de asigurare a aplicării normelor pe care le au în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin [...] schimbul de constatări și de cunoștințe de specialitate **pentru a contribui la identificarea încălcărilor** și prin menținerea legăturii cu privire la aplicarea și asigurarea respectării normelor relevante.

- (6a) *Experții desemnați de statele membre se reunesc periodic la nivelul Uniunii, în special în cadrul Rețelei europene de cooperare în materie de alegeri care lucrează în strânsă cooperare cu Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale și cu alte rețele relevante, pentru a facilita schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea atribuțiilor de supraveghere și de asigurare a respectării legislației pe care le au în temeiul prezentului regulament.*
- (7) Fiecare stat membru desemnează o autoritate competentă ca punct de contact la nivelul Uniunii în sensul prezentului regulament.

Articolul 15a

Cooperarea transfrontalieră

- (1) *Asigurarea respectării prezentului regulament de către furnizorii de servicii de publicitate politică este de competența statului membru în care furnizorul își are sediul. În cazul în care furnizorul este stabilit în mai multe state membre, acesta se consideră a se afla sub jurisdicția statului membru în care își are sediul principal.*
- (2[...]) *Fără a se aduce atingere articolului 15 alineatele (1) și (2) și alineatului (1) din prezentul articol, [...] autoritatea competentă sau autoritățile competente ale tuturor statelor membre [...] cooperează și își oferă asistență reciprocă în funcție de necesități.*

[...]

[...][...]

- (3)[...]La primirea unei cereri justificate din partea altei autorități competente, o autoritate competentă acordă asistență, **fără întârzieri nejustificate și în termen de cel mult o lună de la primirea cererii**, celeilalte autorități competente, astfel încât măsurile de supraveghere sau de asigurare a respectării legislației menționate la alineatul [...](5) [...] **al articolului 15** să poată fi puse în aplicare într-un mod eficace, eficient și consecvent. **La primirea unei cereri justificate de informații din partea autorității competente dintr-un alt stat membru**, o autoritate competentă [...] **transmite**, prin intermediul punctelor de contact menționate la **articolul 15** alineatul (7), **autorității competente respective informațiile solicitate, fără întârzieri nejustificate și în termen de cel mult 14 de zile de la primirea cererii. Termenul poate fi prelungit la o lună în cazurile în care sunt necesare investigații sau informații suplimentare din partea mai multor autorități competente.** [...]
- (4) **În cazul în care autoritatea competentă a unui stat membru are motive să suspecteze că un furnizor de servicii de publicitate politică care își are sediul principal într-un alt stat membru a încălcat prezentul regulament pe teritoriul său, aceasta notifică autoritatea competentă a sediului principal, prin intermediul punctului de contact menționat la articolul 15 alineatul (7).**
- (5) **Notificarea formulată în temeiul alineatului (4) este motivată în mod corespunzător și menționează cel puțin:**
- (a) **informațiile care permit identificarea furnizorului de servicii de publicitate politică;**

- (b) *o descriere a faptelor relevante, a dispozițiilor relevante ale prezentului regulament și a motivelor pentru care autoritatea competentă care a trimis notificarea suspectează că furnizorul de servicii în cauză a încălcat prezentul regulament, inclusiv, după caz, o descriere a faptelor care ar permite evaluarea criteriilor prevăzute la articolul 16 alineatul (3);*
- (c) *locul în care poate fi accesat materialul publicitar politic relevant sau o copie a acestuia;*
- (d) *orice alte informații pe care autoritatea competentă care a transmis notificarea le consideră relevante, inclusiv, după caz, informații colectate din proprie inițiativă.*
- (6) *În cazul în care autoritatea competentă a sediului principal nu dispune de suficiente informații pentru a acționa în urma unei notificări menționate la alineatul (4), aceasta poate solicita informații suplimentare de la autoritatea competentă care a efectuat notificarea, care furnizează informațiile solicitate fără întârzieri nejustificate.*
- (7) *Autoritatea competentă a sediului principal comunică, fără întârzieri nejustificate și în termen de cel mult o lună de la primirea notificării menționate la alineatul (4) sau, după caz, a informațiilor menționate la alineatul (6), autorității competente care a efectuat notificarea evaluarea sa cu privire la încălcarea suspectată și informații suplimentare privind măsurile de investigare sau de asigurare a respectării legislației luate sau care urmează să fie luate pentru a asigura conformitatea cu prezentul regulament.*
- (8) *În cazul în care investigarea unei presupuse încălcări se referă la furnizarea de servicii de publicitate politică în unul sau mai multe state membre în care furnizorul nu își are sediul principal, autoritatea competentă a sediului principal poate lansa și conduce o investigație comună cu participarea autorității sau autorităților competente în cauză:*
- (a) *din proprie inițiativă și după obținerea acordului autorității sau autorităților competente solicitate; sau*

- (b) *la cererea unei alte autorități sau a altor autorități competente, pe baza suspiciunii motivate că furnizarea de servicii de publicitate politică de către un furnizor de servicii stabilit în statul membru în care se află sediul principal a încălcat prezentul regulament sau a afectat în mod substanțial persoane aflate pe teritoriul autorității sau autorităților competente care formulează cererea.*
- (9) *În sensul alineatului (8), autoritatea competentă care solicită lansarea unei investigații comune furnizează celelalte sau celoralte autorități competente informațiile menționate la alineatul (5). În cazul în care o autoritate competentă decide să nu participe la o investigație comună, aceasta furnizează celelalte sau celoralte autorități competente o explicație motivată în acest sens. [...]*
- (10) *În desfășurarea unei investigații comune, autoritățile competente cooperează cu bună credință și își exercită competențele de investigare în modul impus de investigarea presupusei încălcări. În cadrul unei investigații comune, autoritățile competente se informează reciproc cu privire la orice măsură relevantă de asigurare a respectării legislației pe care o inițiază sau intenționează să o inițieze.*

Articolul 16

Sanțiuni

- (1) [...] Statele membre stabilesc norme privind sancțiunile, inclusiv amenzile [...] sau sancțiunile financiare și, după caz, alte măsuri corective, aplicabile furnizorilor de servicii de publicitate politică [...] pentru încălcarea *articolelor 5-11, 13 și 14 și sponsorilor pentru încălcarea articolelor 5 și 6a.* [...] În fiecare caz în parte, *sancțiunile* trebuie să fie eficiente, proporționale și disuasive. *La stabilirea sancțiunilor aplicabile, se iau în considerare normele care reglementează libertatea presei și libertatea de exprimare în alte mijloace de informare în masă, precum și normele sau codurile care reglementează profesia de jurnalist.*

- (1a) ***Cuantumul maxim al sancțiunii financiare care poate fi impus se bazează pe capacitatea economică a entității căreia i se aplică sancțiunile, și anume:***
- (a) ***4 % din venitul anual sau din bugetul anual al sponsorului sau al furnizorului de servicii de publicitate politică, după caz, oricare dintre acestea este mai mare, sau***
 - (b) ***4 % din cifra de afaceri anuală la nivel mondial a sponsorului sau a furnizorului de servicii de publicitate politică din exercițiul financiar precedent.***
- (2) Statele membre informează Comisia în legătură cu aceste norme în termen de 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului regulament și îi notifică fără întârziere orice modificare ulterioară care le vizează.
- (3) Atunci când se decide tipul de sancțiune[...] și nivelul ***acesteia*** [...], se acordă atenția cuvenită, în fiecare caz în parte, printre altele, următoarelor aspecte:
- (a) natura, gravitatea și durata încălcării;
 - (b) caracterul - intenționat sau din neglijență - al încălcării;
 - (c) orice acțiune întreprinsă pentru a atenua eventualele daune;
 - (d) orice încălcare anterioară relevantă și orice alt factor agravant sau atenuant aplicabil circumstanțelor cazului; [...]
 - (e) gradul de cooperare cu autoritatea competentă;
- (ea) ***dimensiunea și capacitatea economică a entității căreia i se aplică sancțiunile, după caz.***

- (4) Încălcăările articolelor [...] 7, 9 și 10 sunt considerate deosebit de grave în cazul în care se referă la publicitate politică publicată sau difuzată **în ultima lună care precedă alegerile sau referendumul** [...] și adresată cetățenilor din statul membru în care se organizează alegerile relevante **sau referendumul relevant**.
- (5) [...]
- (6) Pentru încălcările obligațiilor prevăzute la articolele 12 și 12a, autoritățile de supraveghere menționate la articolul 51 din Regulamentul (UE) 2016/679 pot impune, în limitele domeniului lor de competență, amenzi [...] în conformitate cu articolul 83 din Regulamentul (UE) 2016/679 până la concurența sumei menționate la articolul 83 alineatul (5) din regulamentul respectiv.
- (7) Pentru încălcările obligațiilor prevăzute la articolele 12 și 12a, autoritatea de supraveghere menționată la articolul 52 din Regulamentul (UE) 2018/1725 poate impune, în limitele domeniului său de competență, amenzi [...] în conformitate cu articolul 66 din Regulamentul (UE) 2018/1725 până la concurența sumei menționate la articolul 66 alineatul (3) din regulamentul respectiv.

Articolul 16a

Notificări adresate autorității competente

Fără a aduce atingere niciunei alte proceduri administrative sau căi de atac judiciare, autoritățile competente adresează în mod corespunzător toate notificările pe care le primesc cu privire la o posibilă încălcare a prezentului regulament și, cel puțin la cerere, informează persoana care a făcut notificarea cu privire la măsurile luate ca urmare a acesteia. În ultima lună care precedă alegerile sau referendumul, orice notificare primită în legătură cu aceste alegeri sau acest referendum este tratată fără întârzieri nejustificate.

Publicarea datelor alegerilor și ale referendumurilor [...]

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

CAPITOLUL V – DISPOZIȚII FINALE

Articolul 18

Evaluare și revizuire

- (1) În termen de doi ani de la fiecare alegere pentru Parlamentul European și pentru prima dată la 31 decembrie 2026 cel târziu, Comisia prezintă un raport privind evaluarea și revizuirea prezentului regulament. În raport se evaluează necesitatea modificării prezentului regulament, *în special în ceea ce privește:*
- (a) *eficacitatea prezentului regulament în ceea ce privește mijloacele specifice de publicitate politică;*
 - (b) *restricționarea suplimentară a prelucrării datelor cu caracter personal în scopul tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic reglementate în temeiul prezentului regulament;*
 - (c) *impactul prezentului regulament asupra actorilor media mici și mijlocii;*
 - (d) *tipul și cuantumul sancțiunilor impuse de statele membre;*
 - (e) *crearea de registre publice pentru toate tipurile de publicitate politică online.*
- (2) Raportul este făcut public.

Articolul 19

Exercitarea delegării de competențe

- (1) Competența de a adopta acte delegate este conferită Comisiei în condițiile prevăzute la prezentul articol.
- (2) Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 7 alineatul (8) și la articolul 12a alineatul (5[...]) se conferă Comisiei pentru o perioadă de *trei ani de la ... [data intrării în vigoare a actului legislativ de bază sau oricare altă dată stabilită de către*

colegiuitorij]. Delegarea de competențe se prelungește tacit cu perioade de timp identice, cu excepția cazului în care Parlamentul European sau Consiliul se opune prelungirii respective cu cel puțin trei luni înainte de încheierea fiecărei perioade. [...]

- (3) Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 7 alineatul (8) și la articolul 12a alineatul (5[...]) poate fi revocată oricând de Parlamentul European sau de Consiliu. O decizie de revocare pune capăt delegării de competențe specificate în decizia respectivă. Decizia produce efecte din ziua care urmează datei publicării acesteia în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene sau de la o dată ulterioară menționată în decizie. Decizia nu aduce atingere actelor delegate care sunt deja în vigoare.
- (3a) Înainte de adoptarea unui act delegat menționat la articolul 7 alineatul (8) și la articolul 12a alineatul (5), Comisia consultă experții desemnați de fiecare stat membru în conformitate cu principiile prevăzute în Acordul interinstituțional din 13 aprilie 2016 privind o mai bună legiferare.**
- (4) De îndată ce adoptă un act delegat, Comisia îl notifică simultan Parlamentului European și Consiliului.
- (5) Un act delegat adoptat în temeiul articolului 7 alineatul (8) sau al articolului 12a alineatul (5[...]) intră în vigoare numai în cazul în care nici Parlamentul European și nici Consiliul nu au formulat obiecțiuni în termen de două luni de la notificarea acestuia către Parlamentul European și Consiliu sau în cazul în care, înaintea expirării termenului respectiv, Parlamentul European și Consiliul au informat Comisia că nu vor formula obiecțiuni. Respectivul termen se prelungește cu două luni la inițiativa Parlamentului European sau a Consiliului.

Articolul 20

Intrarea în vigoare și aplicarea

- (1) Prezentul regulament intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene.
- (2) Acesta se aplică ***după 12 luni de la data publicării în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene [...].***
- (3) Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Bruxelles,

Pentru Parlamentul European

Președintele

Pentru Consiliu

Președintele

Informații care trebuie furnizate în conformitate cu articolul 7 alineatul (2)

- (a) Dacă notificarea nu este inclusă în materialul publicitar în sine, un exemplu/o reprezentare a materialului publicitar politic sau un link către acesta.
- (b) Identitatea și locul de rezidență/stabilire al sponsorului în numele căruia este difuzat materialul publicitar, inclusiv numele/denumirea, adresa, numărul de telefon și emailul, precum și dacă este o persoană fizică sau juridică.
- (ba) *informațiile solicitate potrivit literei (b) cu privire la persoana fizică sau juridică care oferă o remunerație în schimbul materialului publicitar politic, dacă această persoană este diferită de sponsor.***
- (c) Perioada în care materialul publicitar politic este difuzat și, dacă este cazul și acest lucru este cunoscut de editor, faptul că același material publicitar a mai fost difuzat în trecut.
- (d) Alegerile de care este legat materialul publicitar, dacă este cazul.
- (e) Suma agregată provizorie cheltuită și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru un anumit material publicitar și pentru o anumită campanie publicitară, dacă este cazul, inclusiv pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea materialelor publicitare politice, precum și suma agregată efectiv cheltuită și valoarea altor beneficii primite, odată ce sunt cunoscute.
- (f) ***Informații privind*** sursele fondurilor utilizate pentru o anumită campanie publicitară, inclusiv pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea materialelor publicitare politice.
- (g) Informații relevante cu privire la metodologia utilizată pentru calcularea sumelor și valorilor menționate la litera (e).

- (h) În cazul în care editorul este o platformă online foarte mare, un link către locul în care se poate accesa materialul publicitar în registrul cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar al editorului.
- (i) În cazul în care materialul publicitar este legat de anumite alegeri sau referendumuri, linkuri către informațiile oficiale cu privire la modalitățile de participare la alegerile sau referendumul în cauză.
- (j) informații privind mecanismul instituit în temeiul articolului 9.

Informații care trebuie furnizate în conformitate cu articolul 12a alineatul (1)[...]

- (a) Grupurile-țintă de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a stabili destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar, cu același nivel de detaliere ca cel utilizat pentru vizare, categoriile de date cu caracter personal utilizate pentru vizarea publicului-țintă și amplificarea impactului materialului publicitar, obiectivele, mecanismele și logica acestor tehnici de vizare și amplificare, inclusiv parametrii de includere și de excludere și motivele alegerii acestor parametri.
- (b) Perioada de difuzare, numărul de persoane cărora le este difuzat materialul publicitar și indicarea dimensiunii publicului-țintă din cadrul electoratului relevant.
- (c) Sursa datelor cu caracter personal menționate la litera (a), inclusiv, după caz, dacă datele cu caracter personal au fost derivate, deduse sau obținute de la un terț și identitatea sa, precum și un link către avizul privind protecția datelor emis de terțul respectiv pentru prelucrarea în cauză.
- (d) Un link către mijloace eficiente de sprijinire a exercitării de către persoane a drepturilor lor în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 sau al Regulamentului (UE) 2018/1725, după caz, în contextul vizării unui public-țintă și al amplificării impactului unui material publicitar politic pe baza datelor lor cu caracter personal.
- (da) Un link către politica menționată la articolul 12a alineatul (1) litera (a) sau indicarea clară a locului unde aceasta poate fi accesată cu ușurință.*