



Bryssel den 13 december 2022
(OR. en)

**Interinstitutionellt ärende:
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

LÄGESRAPPORT

från:	Rådets generalsekretariat
till:	Delegationerna
Föreg. dok. nr:	15669/22
Komm. dok. nr:	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
Ärende:	Förslag till EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam – Allmän riktlinje

För delegationerna bifogas texten till den allmänna riktlinje som rådet (allmänna frågor) enades om vid mötet den 13 december 2022.

Förslag till
EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING
om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DENNA
FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, särskilt artiklarna 16 och 114,

med beaktande av Europeiska kommissionens förslag,

efter översändande av utkastet till lagstiftningsakt till de nationella parlamenten,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande¹,

med beaktande av Regionkommitténs yttrande²,

i enlighet med det ordinarie lagstiftningsförfarandet, och

¹ EUT C , , s. .

² EUT C , , s. .

av följande skäl:

- (1) Utbudet av och efterfrågan på politisk reklam ökar och blir alltmer gränsöverskridande till sin natur. Ett stort, diversifierat och ökande antal tjänster är knutna till denna verksamhet, exempelvis politiska konsultfirmor, reklambyråer, ”ad-tech”-plattformar, PR-företag, opinionsbildare och olika typer av dataanalys- och mäklertjänster. Politisk reklam kan ta sig många olika uttryck, bland annat som betalt innehåll, sponsrade sökresultat, betalda riktade budskap, förbättrad rankning, betoning av något som är integrerat eller någon som är integrerad i innehållet, exempelvis i form av produktplacering, opinionsbildning eller liknande. Därmed sammanhängande verksamhet kan exempelvis vara spridning av politisk reklam på begäran av en sponsor eller publicering av innehåll mot betalning.
- (2) Politisk reklam kan spridas eller publiceras på ett antal olika sätt och i olika medier samt över gränserna. Den kan spridas eller publiceras via traditionella offline-medier såsom tidningar, tv och radio, och även i allt högre grad via onlineplattformar, webbplatser, mobila applikationer, dataspel och andra digitala gränssnitt. De senare tenderar inte bara att särskilt erbjudas över gränserna utan ger också upphov till nya och svåra utmaningar när det gäller lagstiftning och kontroll av efterlevnad. Användningen av politisk reklam på nätet ökar kraftigt, och vissa linjära offline-former av politisk reklam, såsom radio och tv, erbjuds också online som beställtjänster. I politiska reklamkampanjer brukar en rad olika medier och uttrycksformer användas.
- (3) Eftersom reklam, inbegripet politisk reklam, normalt sett utförs mot ersättning, ***vilket kan inbegripa förmåner***, utgör reklam en tjänst enligt artikel 57 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (*EUF-fördraget*). I förklaring nr 22, som avser personer med funktionsnedsättning, till Amsterdamfördraget enades konferensen mellan företrädarna för medlemsstaternas regeringar om att unionens institutioner ska beakta funktionshindrade personers behov när de utarbetar åtgärder enligt artikel 114 i EUF-fördraget.

- (4) Behovet av att säkerställa transparens är ett legitimt allmänt mål, som är i överensstämmelse med de värden som är gemensamma för EU och dess medlemsstater i enlighet med artikel 2 i fördraget om Europeiska unionen (EU-fördraget). Det är inte alltid lätt för medborgarna att känna igen politiska reklammeddelanden och utöva sina demokratiska rättigheter på ett välgrundat sätt. ***Alltmer sofistikerad desinformation, en diversifiering av aktörer, snabb utveckling av ny teknik och en ökad spridning av manipulativ inblandning är viktiga utmaningar för unionen och medlemsstaterna. Politisk reklam kan vara en källa till desinformation, särskilt om reklamens politiska karaktär inte framgår och om reklamen är riktad eller förstärkt.*** En hög grad av transparens är nödvändig bland annat för att främja en öppen och rättvis politisk debatt ***i syfte att säkerställa demokratiska politiska kampanjer*** och fria och rättvisa val eller folkomröstningar och för att bekämpa desinformation och olaglig inblandning, inbegripet från utlandet. [...]. Om politisk reklam är transparent kan väljarna lättare förstå när de har att göra med ett politiskt reklammeddelande, för vems räkning reklammeddelandet görs och att de är föremål för riktad reklam från en tillhandahållare av reklamtjänster, och har därigenom bättre förutsättningar att göra välgrundade val.
- (4a) ***Denna förordning syftar till att säkerställa tillhandahållande av politisk reklam med fullständig respekt för de grundläggande rättigheterna, inbegripet bland annat skyddet av personuppgifter.***

- (5) I samband med politisk reklam **används ofta** inriktnings- och förstärkningstekniker **som baseras på behandling av personuppgifter, inklusive observerade och härledda personuppgifter, såsom uppgifter som avslöjar politiska åsikter och andra särskilda kategorier av uppgifter** [...]. Inriktnings[...]tekniker bör förstås som tekniker som används för att rikta ett [...] politiskt reklammeddelande till en viss person eller grupp av personer, **vanligtvis med skräddarsytt innehåll, baserat på behandling av personuppgifter oavsett hur personuppgifterna har erhållits. Förstärkningstekniker, som omfattar ett brett spektrum av optimerings- och reklamleveranstekniker, syftar till [...]** att öka spridningen, räckvidden eller synligheten för ett politiskt reklammeddelande **baserat på behandling av personuppgifter, oavsett hur uppgifterna har erhållits**. Med tanke på risken för att personuppgifter missbrukas **genom** [...] inriktning, bland annat genom mikromålstyrning och annan avancerad teknik, och vilken inverkan detta skulle kunna få, kan sådan teknik utgöra hot mot legitima allmänintressen såsom rättvisa, lika möjligheter och en transparent valprocess, samt mot den grundläggande rätten att erhålla information på ett objektivt, transparent och pluralistiskt sätt.
- (6) Politisk reklam regleras för närvarande på olika sätt i de olika medlemsstaterna, som i många fall tenderar att fokusera på traditionella medieformer. Det finns särskilda begränsningar, bland annat för tillhandahållande [...] av politiska reklamtjänster över gränserna. Vissa medlemsstater förbjuder tjänstetillhandahållare från EU som är etablerade i andra medlemsstater att tillhandahålla tjänster av politisk natur eller med ett politiskt syfte under valperioder. Samtidigt finns det i vissa medlemsstater sannolikt luckor och kryphål i den nationella lagstiftningen, vilket leder till att politisk reklam ibland sprids utan hänsyn till relevanta nationella bestämmelser, något som riskerar att undergräva målet att reglera transparensen vad gäller politisk reklam.
- (7) För att öka transparensen när det gäller politisk reklam, bland annat för att bemöta medborgarnas farhågor, har vissa medlemsstater redan undersökt eller överväger för närvarande ytterligare åtgärder för att hantera frågan om transparens i fråga om politisk reklam och för att stödja en rättvis politisk debatt samt fria och rättvisa val eller folkomröstningar. Dessa nationella åtgärder övervägs särskilt för reklam som publiceras och sprids online, och de kan omfatta ytterligare förbud. Åtgärderna kan vara mjuka eller bindande och omfatta olika aspekter av transparens.

- (8) Denna situation leder till fragmentering av den inre marknaden, minskar rättssäkerheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som utarbetar, *främjar*, placerar, publicerar eller sprider politiska reklammeddelanden. Den skapar också hinder för den fria rörligheten för sammanhängande tjänster, snedvrider konkurrensen på den inre marknaden, även mellan tillhandahållare av onlinetjänster och offlinetjänster, samt innebär komplexa efterlevnadsinsatser och merkostnader för berörda tjänstetillhandahållare.
- (9) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster kommer därför sannolikt att avskräckas från att tillhandahålla sina politiska reklamtjänster i gränsöverskridande situationer. Detta gäller särskilt mikroföretag och små och medelstora företag, som ofta inte har tillräckliga resurser för att absorbera eller föra över de höga kostnader det innebär att utarbeta, placera, *främja*, publicera eller sprida politisk reklam i mer än en medlemsstat. Detta begränsar tillgången till tjänster och inverkar negativt på tjänstetillhandahållarnas möjligheter att innovera och erbjuda multimediala och multinationella kampanjer på den inre marknaden.
- (10) En konsekvent och hög grad av transparens i fråga om politisk reklam i hela unionen bör därför säkerställas när politiska reklamtjänster tillhandahålls, samtidigt som skillnader som hindrar den fria rörligheten för därmed sammanhängande tjänster på den inre marknaden bör undanröjas genom att det fastställs enhetliga transparenskyldigheter för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som garanterar ett enhetligt skydd av personers rättigheter och en enhetlig övervakning på hela den inre marknaden, på grundval av artikel 114 i EUF-fördraget.
- (11) Medlemsstaterna bör inte i sin nationella lagstiftning behålla eller införa bestämmelser *om transparens i fråga om politisk reklam som* avviker från bestämmelserna i denna förordning, särskilt inte strängare eller mindre stränga bestämmelser för att säkerställa en annan transparensnivå när det gäller politisk reklam. En fullständig harmonisering av transparenskraven i samband med politisk reklam ökar rättssäkerheten och minskar fragmenteringen av tjänstetillhandahållarnas skyldigheter i samband med politisk reklam.

- (12) En fullständig harmonisering av transparenskraven bör inte påverka friheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att frivilligt tillhandahålla ytterligare information om politisk reklam, *till exempel klickfrekvens för en viss politisk onlinereklam*, som en del av yttrandefriheten *och informationsfriheten* som skyddas enligt artikel 11 i stadgan om de grundläggande rättigheterna.
- (13) Denna förordning är begränsad till harmonisering av reglerna om transparens och inriktning och förstärkning av politisk reklam. Den påverkar varken [...] [...] innehållet [...] i politiska reklammeddelanden [...] eller unionens och medlemsstaternas regler för andra aspekter av politisk reklam än de som omfattas av denna förordning. Därmed ändrar inte denna förordning reglerna för bedrivande och finansiering av politiska kampanjer, inbegripet allmänna förbud mot eller begränsningar av politisk reklam under angivna perioder, så kallade tysta perioder, donationer från enskilda personer till kampanjer **eller förbud rörande användningen av kommersiell reklam för valkampanjer** [...] [...].
- (13a) De särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag bör beaktas vid tillämpningen och efterlevnaden av denna förordning, i enlighet med proportionalitetsprincipen. Begreppen mikroföretag, små företag och medelstora företag bör förstås i den mening som avses i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU.*

14. Förordningen bör innehålla harmoniserade transparenskrav som är tillämpliga på ekonomiska aktörer som tillhandahåller politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster (dvs. verksamhet som normalt utförs mot ersättning, vilket kan inbegripa förmåner). Dessa tjänster består bland annat i utarbetande, placering, främjande, publicering och spridning av politiska **reklammedelanden** [...]. Bestämmelserna i denna förordning, som föreskriver en hög grad av transparens i fråga om politiska reklamtjänster, grundar sig på artikel 114 i EUF-fördraget. Denna förordning bör också omfatta användningen av inriktnings- och förstärkningstekniker i samband med [...] politisk reklam som baseras på [...] behandling av personuppgifter, **oavsett om detta inbegriper en tjänst**. De bestämmelser i denna förordning som rör inriktnings- och förstärkningstekniker grundar sig på artikel 16 i EUF-fördraget. Politisk reklam som riktar sig till enskilda personer i en medlemsstat bör omfatta reklam som i sin helhet har utarbetats, placerats, **främjats**, [...] publicerats **eller spridits** av tjänstetillhandahållare etablerade utanför unionen, men som sprids till enskilda personer i unionen. För att avgöra om ett politiskt reklammeddelande riktar sig till enskilda personer i en medlemsstat bör hänsyn tas till faktorer som kopplar det till den medlemsstaten, däribland språk, sammanhang, syfte med reklammeddelandet samt dess spridningssätt.

(14a) Vid tillämpning av denna förordning bör man, allt efter omständigheterna i enlighet med EU-rätten, ta hänsyn till de särskilda kännetecknen för mediet för publicering eller spridning av det politiska reklammeddelandet, i synnerhet för att anpassa bestämmelserna till tv, radio och tidningar.

(15) Det finns ingen definition av politisk reklam respektive politiskt reklammeddelande på unionsnivå. Det behövs en gemensam definition för att tillämpningsområdet för de harmoniserade transparenskraven och reglerna om inriktning och förstärkning ska kunna fastställas. Definitionen bör omfatta många former som politisk reklam kan anta och samtliga medel och former för publicering eller spridning inom unionen, oavsett om källan finns inom unionen eller i ett tredjeland.

- (16) Definitionen av politisk reklam bör omfatta reklam som **utarbetas, placeras, främjas, publiceras** eller sprids direkt eller indirekt av eller för en politisk aktör eller för dennes räkning. **Politisk reklam kontrolleras vanligtvis direkt eller indirekt av en sponsor, som kan vara en politisk aktör och som framför allt skulle kunna fastställa den politiska karaktären hos, innehållet i eller publiceringen av den politiska reklam som utarbetas, placeras, främjas, publiceras eller sprids. Ibland kan en annan enhet i slutändan utöva faktisk kontroll över sponsorns relevanta beslutsfattande genom att tillhandahålla finansiering eller genom andra former av kontroll, inbegripet företagskontroll. Det bör därför säkerställas att de transparensstandarder som föreskrivs i denna förordning omfattar sådana situationer.** Eftersom reklammeddelanden av eller för en politisk aktör eller för dennes räkning inte kan skiljas från den politiska aktörens verksamhet i dennes roll som politisk aktör, kan den antas kunna påverka den politiska debatten, utom om det rör sig om rent privata eller rent kommersiella budskap. **Vid bedömningen av huruvida ett budskap är av rent privat eller rent kommersiell karaktär bör hänsyn tas till alla relevanta omständigheter, såsom budskapets innehåll, det språk som används för att förmedla det, det sammanhang i vilket det förmedlas, inbegripet spridningsperioden, dess syfte, det sätt på vilket det främjas, publiceras eller sprids och målgruppen. Budskap för en politisk aktör eller för dennes räkning som främjas, publiceras eller sprids till ett potentiellt obegränsat antal tredje parter bör inte betraktas som rent privata.**

- (17) Andra aktörers *främjande*, publicering eller spridning av ett budskap som kan *och är utformat* för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstningsbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess [...] på unionsnivå eller på nationell, regional, lokal eller partipolitisk nivå, bör också utgöra politisk reklam. ***Det bör finnas en tydlig och väsentlig koppling mellan budskapet och dess potential att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, en lagstiftnings- eller regleringsprocess eller ett röstningsbeteende.*** För att avgöra *om det finns en sådan koppling* [...] bör hänsyn tas till alla relevanta faktorer såsom *budskapets sponsor*, budskapets innehåll, det språk som används för att förmedla budskapet, det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperioden, såsom en valperiod, syftet med budskapet, [...] det sätt på vilket budskapet främjas, publiceras eller sprids och målgruppen. Meddelanden som rör samhällsfrågor eller kontroversiella frågor (*så kallad sakfrågebaserad reklam*) skulle[...] kunna komma att *och kan vara utformade* för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, en lagstiftnings- eller regleringsprocess eller ett röstningsbeteende.
- (18) **I strävan efter effektiv kommunikation med allmänheten bör kommunikation med allmänheten av eller för en medlemsstats offentliga myndighet eller för denna myndighets räkning, inbegripet regeringsmedlemmar, till exempel pressmeddelanden eller konferenser där lagstiftnings- eller regleringsinitiativ tillkännages och det politiska val som ligger till grund för sådana initiativ förklaras, inte betraktas som politisk reklam, förutsatt att de inte är utformade för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstningsbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. På samma sätt** bör praktisk information från officiella källor *i medlemsstaterna eller unionen* som *uteslutande* gäller organisation och former för deltagande i val eller folkomröstningar, inbegripet kandidaturerna eller folkomröstningens ämnesområde, inte *heller* betraktas som politisk reklam.

- (18a) *Denna förordning bör inte tillämpas när ett särskilt offentligt utrymme för presentation av kandidater uttryckligen föreskrivs i lagen och tilldelas kostnadsfritt, till exempel tilldelning av utrymme för en sådan presentation i kommuner och på andra offentliga platser eller en särskild sändningstid på tv, om detta görs på ett rättvist och icke-diskriminerande sätt, på grundval av transparenta och objektiva kriterier.*
- (19) Politiska åsikter [...] som uttrycks **i medier under redaktionellt ansvar, inbegripet men inte begränsat till** i program från audiovisuella **medietjänster i den mening som avses i artikel 1.1 a i direktiv 2010/13/EU, i linjära och icke-linjära radiosändningar [...][...]** som publiceras i tryckta **eller nätbaserade** medier, **såvida inte särskild ersättning tillhandahålls för eller i samband med att den politiska åsikten uttrycks [...]**, bör inte omfattas av denna förordning.
- (20) Vid tillämpning av denna förordning bör val förstås som val till Europaparlamentet samt alla val eller folkomröstningar som anordnas på nationell, regional och lokal nivå i medlemsstaterna och val för att fastställa ledarskap för politiska partier. Begreppet bör inte omfatta andra former av val som till exempel *yrkesmässiga eller* privat organiserade omröstningar.
- (21) Det är nödvändigt att definiera politiska reklammeddelanden som ett fall av politisk reklam. Reklammeddelanden omfattar också det sätt på vilket klambudskapet förmedlas, inbegripet i tryckt form, via radio och tv eller via en onlineplattformstjänst.
- (22) Politiska aktörer i den mening som avses i denna förordning bör hänvisa till begrepp som definieras i unionsrätten och i nationell rätt i linje med internationella rättsliga instrument såsom Europarådets. Begreppet politiska **aktörer [...]** bör inbegripa [...] **ett politiskt partis enheter** som är knutna till respektive underordnade det och som, med eller utan status som juridisk person, etablerats för att stödja **det [...]** eller eftersträva **dess [...]** mål, till exempel genom att samarbeta med en särskild grupp av väljare eller för ett specifikt valändamål.

- (23) Begreppet politiska aktörer bör även omfatta *kandidater till eller innehavare av ett offentligt ämbete*[...] [...] och ledamöter av *medlemsstaternas* regeringar på [...] nationell, regional eller lokal nivå *eller av unionsinstitutioner, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten*. [...].
- (24) En reklamkampanj bör avse utarbetande, *placering, främjande*, publicering och spridning av en rad sammanhängande reklammeddelanden inom ramen för ett avtal om politisk reklam, på grundval av gemensamt utarbetande samt gemensam sponsring och finansiering. [...].
- (25) Definitionen av politisk reklam bör inte påverka nationella definitioner av politiskt parti, politiska mål eller kampanjer *eller ändra eller inkräkta på kampanjreglerna* [...] på nationell nivå.
- (25a) *Definitionen av politisk aktör inkräktar inte på nationella regler om vem som kan bedriva en politisk kampanj och bör inte förplikta medlemsstaterna att fastställa sådana regler.*
- (26) För att täcka det breda spektrum av tjänstetillhandahållare som är kopplade till politiska reklamtjänster bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster anses omfatta tillhandahållare som deltar i utarbetande, placering, främjande, publicering *eller* [...] spridning av politiska reklammeddelanden [...]. *Tillhandahållare som endast tillhandahåller accessoriska tjänster i förhållande till politiska reklamtjänster bör inte betraktas som tillhandahållare av politiska reklamtjänster i den mening som avses i denna förordning. Accessoriska tjänster är tjänster som vanligtvis är beroende av och kompletterar en politisk reklamtjänst men inte har någon direkt inverkan på innehållet eller presentationen av det politiska reklammeddelandet eller direkt kontroll över utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen eller spridningen av det. Sådana tjänster omfattar till exempel posttjänster, tryckeritjänster, grafisk, ljudmässig eller fotografisk utformning, tjänster för enbart vidarebefordran ("mere conduit"), cachningstjänster och molntjänster i den mening som avses i förordning (EU) 2022/xxx [förordningen om digitala tjänster].*

- (26a) *Utgivare av politisk reklam bör avses omfatta tillhandahållare av politiska reklamtjänster, vanligtvis i slutet av kedjan av tjänstetillhandahållare, som genom utsändningar publicerar och sprider politisk reklam eller via ett gränssnitt eller på annat sätt tillhandahåller politisk reklam för allmänheten.*
- (26b) *Med en sponsor bör avses den person eller enhet för vars räkning politiska reklammeddelanden utarbetas, placeras, främjas, offentliggörs eller sprids, till exempel en enskild kandidat i ett val, en registrerad tredje part eller ett politiskt parti, och som vanligtvis är den person eller enhet som tillhandahåller ersättning i utbyte mot politiska reklamtjänster.*
- (27) Begreppet politiska reklamtjänster bör inte omfatta meddelanden som delas av enskilda personer som helt och hållet handlar i egenskap av privatpersoner. Enskilda personer bör **dock** inte anses handla i egenskap av privatpersoner om de publicerar meddelanden vars spridning eller publicering bekostas av *en tredje part* [...].
- (28) Om sponsorn förklarar att reklamen [...] [...] är [...] politisk [...] bör detta tydligt anges för andra tjänstetillhandahållare som är inblandade i de politiska reklamtjänsterna. **Sponsorn bör uppge detta sanningsenligt.** Om [...] reklamen [...] har identifierats som politisk [...] bör dessutom dess fortsatta spridning fortfarande uppfylla transparenskraven. Exempelvis bör, även när *politiska reklammeddelanden enligt definitionen i denna förordning* [...] delas mellan privatpersoner, reklamen ändå märkas som politisk reklam. **Inom ramen för ett avtal bör underlåtenhet att handla i god tro medföra avtalsmässigt ansvar.**

- (28a) Med tanke på vikten av att särskilt garantera att transparenskraven är ändamålsenliga, bör sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning i god tro översända relevant information på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål så att andra tillhandahållare av politiska reklamtjänster i kedjan kan följa denna förordning. När utgivaren av politisk reklam är den enda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster bör sponsorn överlämna sådan information till utgivaren av politisk reklam. Om det som uppges är uppenbart felaktigt eller informationen är uppenbart felaktig bör tillhandahållare av reklamtjänster begära att sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning korrigerar detta.**
- (28b) En förklaring eller uppgift bör anses vara uppenbart felaktig om detta framgår av reklammeddelandets innehåll, sponsorns identitet eller det sammanhang i vilket den relevanta tjänsten tillhandahålls, utan ytterligare kontroller eller undersökningar.**
- (29) De regler avseende transparens som fastställs i denna förordning bör endast tillämpas på politiska reklamtjänster, dvs. politisk reklam som normalt tillhandahålls mot ersättning, vilket kan inbegripa förmåner. Transparenskraven bör inte tillämpas på innehåll som laddas upp av en användare av en onlinebaserad förmedlingstjänst, till exempel en onlineplattform, och som sprids av den onlinebaserade förmedlingstjänsten utan ersättning för placeringen, publiceringen eller spridningen av meddelandet i fråga, såvida inte användaren har fått ersättning för det politiska reklammeddelandet av en tredje part.
- (30) Transparenskraven bör inte heller gälla utbyte av information via elektroniska kommunikationstjänster såsom elektroniska meddelandetjänster eller telefonsamtal, så länge det inte rör sig om en politisk reklamtjänst.

- (31) Yttrandefriheten **och informationsfriheten**, som skyddas av artikel 11 i stadgan om de grundläggande rättigheterna, omfattar en individs rätt att ha politiska åsikter, ta emot och sprida politisk information och dela politiska tankar. Varje begränsning av **dessa friheter** [...] [...] måste vara förenlig med artikel 52 i stadgan om de grundläggande rättigheterna. **Dessa** [...] friheter kan bli föremål för moduleringar och inskränkningar om dessa motiveras av ett legitimt allmänintresse och är förenliga med de allmänna principerna i unionsrätten, såsom proportionalitet och rättssäkerhet. Detta är bland annat fallet när de politiska idéerna förmedlas genom tillhandahållare av reklamtjänster.
- (31a) Denna förordning bör inte medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrandefrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner eller regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar.**
- (32) När det gäller mellanhänder på internet är förordning (EU) 2022[...] /XX [förordningen om digitala tjänster] tillämplig på politiska reklammeddelanden som publiceras eller sprids av mellanhänder på internet genom övergripande regler som gäller för alla typer av onlinereklam, inbegripet kommersiella och politiska reklammeddelanden. På grundval av den definition av politisk reklam som fastställs i denna förordning är det lämpligt att göra de transparenskrav som fastställs för reklamutgivare som omfattas av förordning (EU) 2022[...] /XX [förordningen om digitala tjänster] mer detaljerade, särskilt för mycket stora **online**plattformar. Detta gäller särskilt information om finansiering av politiska reklammeddelanden. Kraven enligt denna förordning påverkar inte bestämmelserna i förordningen om digitala tjänster, inbegripet när det gäller riskbedömnings- och begränsningsskyldigheter för mycket stora onlineplattformar i fråga om deras reklamssystem.

- (33) Utarbetande, placering, främjande, publicering och spridning av politiska **reklammeddelanden** [...] kan inbegripa en komplex kedja av tjänstetillhandahållare. Detta är särskilt fallet när valet av reklam innehåll, valet av inriktnings- *och förstärknings*kriterier, tillhandahållandet av uppgifter som används för att rikta *och förstärka* ett reklammeddelande, tillhandahållandet av inriktnings- *och förstärkning*stekniker samt tillhandahållandet av ett reklammeddelande och dess spridning kan kontrolleras av olika tjänstetillhandahållare. Automatiska tjänster kan till exempel stödja matchning av profilen hos användaren av ett gränssnitt med det reklam innehåll som tillhandahålls, med hjälp av personuppgifter som samlats in direkt från användaren av tjänsten och från användarnas beteende online samt härledda uppgifter.
- (34) Med tanke på vikten av att i synnerhet garantera att transparenskraven är ändamålsenliga, bland annat för att underlätta tillsynen, bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster säkerställa att den relevanta information som de samlar in i samband med tillhandahållandet av sina tjänster, inbegripet information om att ett reklammeddelande är politiskt, *är fullständig och korrekt samt* tillhandahålls den utgivare av politisk reklam som för ut det politiska reklammeddelandet till allmänheten. För att stödja ett effektivt genomförande av detta krav och ett snabbt och korrekt tillhandahållande av denna information, bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster *översända denna information samtidigt som den relevanta tjänsten tillhandahålls samt* överväga och stödja automatisering av informationsöverföringen mellan tillhandahållare av politiska reklamtjänster. *Om en tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som den har översänt har uppdaterats, bör den säkerställa att denna uppdaterade information förmedlas till den relevanta utgivaren av politisk reklam.*
- (34a) *Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör anses ha fått kännedom om att denna information bör uppdateras när sponsorn eller tjänstetillhandahållaren som agerar för dennes räkning informerar tillhandahållaren av politiska reklamtjänster om en relevant ändring. Utgivare av politisk reklam kan också få kännedom om behovet av en uppdatering genom den anmälningsmekanism som föreskrivs i denna förordning.*

(34b) Om tillhandahållare av politiska reklamtjänster [...] får kännedom om ett uppenbart fel i den information som förmedlas, eller att informationen är oriktig eller ofullständig, bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att ett sådant uppenbart fel eller en sådan oriktighet eller ofullständighet korrigeras, särskilt genom bekräftelse av information som tillhandahålls av tillhandahållaren av politiska reklamtjänster eller i förekommande fall sponsorn själv. Detta bör inte innebära en allmän skyldighet för tillhandahållaren av politiska reklamtjänster att övervaka sanningshalten i förklaringar om reklammeddelandenas politiska karaktär eller att utföra överdrivet stora eller kostsamma undersökningar. Rimliga ansträngningar kan också återspeglas i de kontraktsmässiga överenskommelserna mellan tillhandahållarna av politiska reklamtjänster och med sponsorn, när så är relevant. De kontraktsmässiga överenskommelserna mellan tjänstetillhandahållarna och sponsorerna bör möjliggöra överföring av information mellan utgivaren och sponsorn, till exempel om information saknas eller politisk reklam avbryts.

(34c) Rimliga ansträngningar bör inbegripa omsorgsfulla och objektiva åtgärder, såsom att kontakta berörd sponsor eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster för komplettering eller korrigerande av informationen. Hänsyn bör tas till den felaktiga eller saknade informationens art och betydelse i förhållande till de krav som fastställs i denna förordning.

(35) Om en konstgjord kommersiell eller avtalsmässig konstruktion riskerar att äventyra ändamålsenligheten hos de transparenskyldigheter som fastställs i denna [...] förordning, bör dessa skyldigheter gälla för den eller de enheter som i huvudsak tillhandahåller reklamtjänsten.

(36) [...]

- (37) Trots att denna förordning föreskriver specifika krav bör ingen av de skyldigheter som fastställs i denna emellertid uppfattas som en allmän övervakningsskyldighet för tillhandahållare av förmedlingstjänster när det gäller politiskt innehåll som delas av fysiska eller juridiska personer, och de bör inte heller tolkas som en allmän skyldighet för tillhandahållare av förmedlingstjänster att vidta proaktiva åtgärder i samband med olagligt innehåll eller olaglig verksamhet som dessa tillhandahållare överför eller lagrar.
- (38) Genom transparens i fråga om politisk reklam bör medborgarna kunna förstå att de har att göra med ett politiskt reklammeddelande. Utgivare av politisk reklam bör säkerställa att det **tillsammans med** [...] varje politiskt reklammeddelande offentliggörs tydliga uppgifter om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande, och om sponsorns identitet. Sponsorns namn kan i förekommande fall innehålla en politisk logotyp. **Varje politiskt reklammeddelande bör, i tillämpliga fall, göras tillgängligt tillsammans med ett meddelande om att det politiska reklammeddelandet har riktats eller förstärkts.** Utgivare av politisk reklam bör använda sig av en lämplig märkning, med beaktande av utvecklingen inom relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis när det gäller transparens genom märkning av reklam. **Presentationen av meddelandet och sponsorns namn kan variera beroende på vilka metoder som används. För radiosändningstjänster kan till exempel ett meddelande föregå eller följa på den politiska reklamen.** Utgivare av politisk reklam [...] bör också säkerställa att det **tillsammans med** [...] varje politiskt reklammeddelande offentliggörs information som gör det möjligt att förstå det bredare sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften. Informationen kan antingen ingå i själva reklammeddelandet eller tillhandahållas av utgivaren på dennes webbplats, via en länk, **en qr-kod** eller en motsvarande tydlig och användarvänlig anvisning i reklammeddelandet.

- (39) Denna information bör tillhandahållas i ett transparensmeddelande som även bör ange sponsorns identitet och, ***i tillämpliga fall, identiteten för den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn***, för att stödja ansvarsskyldigheten i den politiska processen. Det bör tydligt anges var sponsorn är etablerad och huruvida sponsorn är en fysisk eller juridisk person. Personuppgifter om enskilda personer som är inblandade i politisk reklam och som inte har något samband med sponsorn eller någon annan berörd politisk aktör bör inte anges i transparensmeddelandet. Transparensmeddelandet bör också innehålla information om spridningsperioden, eventuella därmed sammanhängande val, det belopp som använts och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot det specifika reklammeddelandet samt för hela reklamkampanjen, källan till de medel som använts samt annan information så att det kan säkerställas att det politiska reklammeddelandet sprids på ett rättvist sätt. Information om källan till de medel som används kan exempelvis vara huruvida källan är offentlig eller privat ***och*** huruvida den kommer från ett land inom eller utanför Europeiska unionen. Information om val eller folkomröstningar bör om möjligt inbegripa en länk till information från officiella källor rörande organisationen och villkoren för deltagande eller för främjande av deltagande i dessa val eller folkomröstningar. ***Transparensmeddelandet bör finnas tillgängligt omedelbart när reklamen publiceras eller sprids, och den information som presenteras bör i förekommande fall hållas uppdaterad.*** Transparensmeddelandet bör vidare innehålla information om hur politiska reklammeddelanden ska flaggas i enlighet med det förfarande som fastställs i denna förordning. Detta krav bör inte påverka tillämpningen av bestämmelser om anmälan enligt artiklarna 14, 15 och 19 i förordning (EU) 2022[...]XXX [förordningen om digitala tjänster]. ***Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att informationen är fullständig och korrekt.***

- (40) Den information som ska ingå i transparensmeddelandet bör anges i själva reklammeddelandet eller vara lätt att hitta på grundval av en indikation i reklammeddelandet. **Presentationen av informationen kan variera beroende på vilka metoder som används. För att enkelt kunna hämta informationen i transparensmeddelandet i offlinereklam, kan till exempel en särskild webbsida, en qr-kod eller motsvarande användarvänliga tekniska åtgärder användas.** Kravet på att informationen om transparensmeddelandet ska vara tydligt synlig bör innebära att den har en framträdande plats i eller tillsammans med reklammeddelandet. Kravet på att den information som offentliggörs i transparensmeddelandet ska vara lättillgänglig, maskinläsbar om det är tekniskt möjligt och användarvänlig bör innebära att den tillgodoser behoven hos personer med funktionsnedsättning. Bilaga I till direktiv (EU) 2019/882 (den europeiska rättsakten om tillgänglighet) innehåller tillgänglighetskrav rörande information, inbegripet digital information som bör användas för att göra politisk information tillgänglig för personer med funktionsnedsättning.
- (41) Det bör utformas transparensmeddelanden för att öka användarnas medvetenhet och bidra till en tydlig identifiering av det politiska reklammeddelandet som sådant. Transparensmeddelandena bör utformas så att de finns kvar, **om det är tekniskt möjligt**, eller förblir tillgängliga om ett politiskt reklammeddelande sprids vidare, till exempel genom att det läggs ut på en annan plattform eller vidarebefordras mellan enskilda personer. Informationen i transparensmeddelandet bör publiceras när offentliggörandet av de politiska reklammeddelandena inleds **och fram till dess att publiceringen avslutas.[...] Utgivare av politisk reklam bör bevara och på begäran lämna ut sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar under en period på fem år efter den senaste publiceringen.** Den bevarade informationen bör också innehålla information om politisk reklam som har upphört att gälla eller som har tagits bort av utgivaren. **Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som inte är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i förordning (EU) 2022/XXX [förordningen om digitala tjänster] bör kunna besluta i vilken form denna information ska bevaras.**

- (42) Eftersom utgivare av politisk reklam gör politiska reklammeddelanden tillgängliga för allmänheten bör de publicera eller sprida denna information till allmänheten tillsammans med publiceringen eller spridningen av det politiska reklammeddelandet. ***Om utgivare av politisk reklam på något sätt får kännedom om att ett politiskt reklammeddelande inte uppfyller transparenskraven i denna förordning, till exempel efter en individuell anmälan, bör de göra rimliga ansträngningar för att uppfylla kraven i denna förordning.*** Om informationen inte kan komplett[...]eras eller korrigeras utan onödigt dröjsmål bör utgivarna av politisk reklam inte göra det politiska reklammeddelandet tillgängligt för allmänheten eller avbryta publiceringen eller spridningen av sådana politiska reklammeddelanden som inte uppfyller transparenskraven i denna förordning. ***I en sådan situation bör utgivare av politisk reklam informera de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster och, i förekommande fall, sponsorn om de rimliga åtgärder som vidtagits för att uppfylla kraven i denna förordning. Utgivaren bör informera sponsorn eller den tjänstetillhandahållare som agerar för sponsorns räkning om det politiska reklammeddelande som det sponsrar inte görs tillgängligt eller om det avbryts.***
- (42a) ***När sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster får kännedom om att den information som har översänts till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt bör denne utan onödigt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren av politisk reklam och, i förekommande fall, översända kompletterad eller korrigerad information till utgivaren av politisk reklam.***
- (42b) ***Kontraktsmässiga överenskommelser kan innehålla en klausul som gör det möjligt att ta ut en rimlig avgift för åtgärder som vidtas för att korrigera eller komplettera informationen.***
- (42c) ***När tillhandahållarna av politiska reklamtjänster fullgör sina skyldigheter enligt denna förordning bör de handla på ett opartiskt sätt och med vederbörlig hänsyn till de grundläggande rättigheterna och andra rättigheter och legitima intressen. Tillhandahållarna av politiska reklamtjänster bör särskilt ta vederbörlig hänsyn till yttrandefriheten och informationsfriheten, inbegripet mediernas frihet och mångfald.***

- (42d) Dessutom bör utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i förordning (EU) 2022[...]/XXX [förordningen om digitala tjänster] säkerställa för varje politiskt reklammeddelande [...] att informationen i transparensmeddelandet görs tillgänglig omedelbart i [...] de databaser över reklammeddelanden som offentliggörs i enlighet med artikel 39 i [...] i förordning (EU) 2022/XXX [förordningen om digitala tjänster]. **Sådan information bör hållas uppdaterad och tillhandahållas i enlighet med en överenskommen branschstandard för tillgänglighet, datastruktur och tillgång genom ett gemensamt allmänt tillgängligt programmeringsgränssnitt. Det är lämpligt att göra de transparenskrav som fastställs för databaser som avses i artikel 39 i förordning (EU) 2022/XX [förordningen om digitala tjänster] mer detaljerade. Detta gäller främst information om borttagna politiska reklammeddelanden och skälet till att de drags tillbaka, framför allt information om fall där politiska reklammeddelanden är felaktigt märkta eller olagligt riktade. Dessutom bör mycket stora onlineplattformar få offentliggöra annan information om reklamens påverkan, inbegripet information om klickfrekvens. Andra tillhandahållare av den politiska reklamtjänsten bör uppmuntras att upprätta liknande databaser över politiska reklammeddelanden.** Detta kommer att underlätta arbetet för berörda aktörer, inbegripet forskare, i deras särskilda roll att stödja fria och rättvisa val eller folkomröstningar och rättvisa valkampanjer, bland annat genom att granska sponsorer av politisk reklam och analysera det politiska reklamlandskapet.
- (43) Om tillhandahållaren av den politiska reklamtjänst som är värd för eller på annat sätt lagrar och tillhandahåller innehållet i ett politiskt reklammeddelande skiljer sig från tillhandahållaren av den politiska reklamtjänst som kontrollerar webbplatsen eller det andra gränssnitt som slutligen **presenterar** [...] det politiska reklammeddelandet, bör dessa tillsammans betraktas som reklamutgivare, var och en med ansvar för den specifika tjänst de tillhandahåller, för att säkerställa att märkning tillhandahålls och att transparensmeddelandet och relevant information finns tillgängliga. Deras kontraktsmässiga överenskommelse bör **möjliggöra** [...] efterlevnad av denna förordning.

- (44) Information om de belopp som använts och om värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot politiska reklamtjänster kan ge ett värdefullt bidrag till den politiska debatten. Det är nödvändigt att säkerställa att en lämplig översikt över den politiska reklamverksamheten kan erhållas från de årliga rapporter som utarbetas av relevanta **tillhandahållare av politiska reklamtjänster** [...]. För att stödja tillsyn och ansvarsskyldighet bör sådan rapportering omfatta information om utgifter för inriktning **eller förstärkning** av politisk reklam under den relevanta perioden, fördelade på kampanj eller kandidat. För att undvika oproportionerliga bördor bör dessa skyldigheter att rapportera om transparens inte tillämpas på företag som uppfyller kraven i artikel 3.1–[...]3 [...] i direktiv 2013/34/EU.
- (45) Utgivare av politisk reklam som tillhandahåller politiska reklamtjänster bör införa mekanismer som gör det möjligt för fysiska **eller juridiska personer** [...] att rapportera till dem att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning. Mekanismerna för rapportering av sådan reklam bör vara lätta att få tillgång till och använda och bör anpassas till den form av reklam som reklamutgivaren distribuerar. Dessa mekanismer bör i möjligaste mån vara tillgängliga från själva reklammeddelandet, till exempel på reklamutgivarens webbplats. **Vid behov bör utgivare av politisk reklam vidta tekniska åtgärder för att säkerställa minimistandarder för it-säkerhet, inbegripet åtgärder till skydd mot automatisk anmälan.** Utgivare av politisk reklam bör vid behov kunna förlita sig på befintliga mekanismer. Om utgivarna av politisk reklam **till exempel** [...] är tillhandahållare av värdtjänster online i den mening som avses i förordningen om digitala tjänster, när det gäller politiska reklammeddelanden som hyses på begäran av mottagarna av deras tjänster, kan utgivarna av politisk reklam använda sig av den mekanism för anmälan som de inrättat i enlighet med artikel 14 i förordningen om digitala tjänster för anmälningar om att sådan reklam inte överensstämmer med denna förordning. [...]

- (45a) *Utgivare av politisk reklam får föreskriva särskilda formulär för anmälningsmekanismerna enligt denna förordning, med krav på ifyllnad av datafält, såsom information som gör det möjligt att identifiera den reklam som påstås inte uppfylla kraven, en redogörelse för skälen till anmälan, namn på och e-postadress till den fysiska eller juridiska person som lämnar in anmälan och en förklaring där det i god tro bekräftas att informationen är korrekt.*
- (45b) *Utgivare av politisk reklam bör göra rimliga ansträngningar för att på ett aktsamt och objektivt sätt och utan onödigt dröjsmål behandla de anmälningar som mottagits i enlighet med denna förordning. Om en anmälan innehåller tillräcklig information för att en aktsam utgivare av politisk reklam utan en ingående granskning ska kunna fastställa att information saknas eller är oriktig, bör utgivaren av politisk reklam anses ha kännedom om denna oriktighet eller ofullständighet och bör utan onödigt dröjsmål agera genom att kontakta berörda tjänsteställhandahållare och, i förekommande fall, sponsorn. Utgivaren av politisk reklam bör, åtminstone på begäran, underrätta de personer som gjorde anmälan om uppföljningen av den.*
- (45c) *För att säkerställa att transparenskraven är ändamålsenliga under ett val eller en folkomröstning, bör utgivare av politisk reklam som är mycket stora plattformar i den mening som avses i förordning (EU) 2022/XXX [förordningen om digitala tjänster] inom den sista månaden före valet eller folkomröstningen behandla alla anmälningar som de mottar om reklammeddelanden med koppling till detta [...] val eller denna folkomröstning inom 48 timmar genom att kontakta berörda tillhandahållare av politiska reklamtjänster och, i förekommande fall, sponsorn.*
- (45d) *Alla åtgärder som en utgivare av politisk reklam vidtar bör vara strikt riktade i den meningen att de först och främst bör tjäna till att korrigera och komplettera den efterfrågade informationen och endast som en sista utväg avlägsna den specifika del av informationen som inte är förenlig med denna förordning, med vederbörlig hänsyn till yttrandefriheten, informationsfriheten och andra grundläggande rättigheter.*

- (46) För att göra det möjligt för särskilda enheter att fullgöra sina uppgifter i demokratier är det lämpligt att fastställa regler för överföring av information som publiceras tillsammans med det politiska reklammeddelandet eller som ingår i transparensmeddelandet till berörda aktörer såsom utvalda forskare, journalister, organisationer i det civila samhället och erkända [...] valobservatörer, för att stödja deras respektive roll i den demokratiska processen. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör inte vara skyldiga att besvara begäranden som är uppenbart ogrundade, **otydliga** eller orimliga. Dessutom bör den berörda tjänstetillhandahållaren ha rätt att ta ut en rimlig avgift vid [...] kostsamma begäranden, med beaktande av de administrativa kostnaderna för att tillhandahålla informationen.

(47) Personuppgifter som samlas in direkt från enskilda personer, eller indirekt såsom härledda uppgifter, när personer grupperas utifrån sina förmodade intressen eller intressen som härleds genom deras onlineverksamhet, beteendeprofilering och andra analystekniker, används i allt högre grad för att rikta politiska budskap till grupper, enskilda väljare eller enskilda individer och förstärka deras genomslagskraft. På grundval av behandlingen av personuppgifter, särskilt **särskilda kategorier av personuppgifter** [...] enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679³ och Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725⁴, kan olika grupper av väljare eller enskilda personer segmenteras och deras egenskaper eller sårbarheter utnyttjas, till exempel genom att reklammeddelandena sprids vid särskilda tidpunkter och på särskilda platser som fastställts för att dra nytta av de tillfällen där dessa personer skulle kunna vara mottagliga för en viss typ av information/budskap. Detta har specifika och skadliga effekter på medborgarnas grundläggande rättigheter och friheter när det gäller behandlingen av deras personuppgifter och deras frihet att erhålla objektiv information, bilda sig en uppfattning, fatta politiska beslut och utöva sin rösträtt. Detta inverkar negativt på den demokratiska processen. Ytterligare begränsningar och villkor i förhållande till förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2018/1725 bör anges. De villkor som fastställs i denna förordning när det gäller användning av inriktnings- och förstärkningstekniker som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med politisk reklam bör grundas på artikel 16 i EUF-fördraget.

³ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) (EUT L 119, 4.5.2016, s. 1).

⁴ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 av den 23 oktober 2018 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter som utförs av unionens institutioner, organ och byråer och om det fria flödet av sådana uppgifter samt om upphävande av förordning (EG) nr 45/2001 och beslut nr 1247/2002/EG (EUT L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (48) Inriktungs- och förstärkningstekniker i samband med politisk reklam som inbegriper behandling av **särskilda kategorier av** uppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725 bör därför förbjudas. Sådana tekniker bör endast tillåtas om de används av de personuppgiftsansvariga eller av någon som agerar för **deras** [...] räkning, på grundval av uttryckligt samtycke från den registrerade eller inom ramen för berättigad verksamhet med lämpliga skyddsåtgärder hos en stiftelse, en förening eller ett annat icke vinstdrivande organ, som har ett politiskt, filosofiskt eller religiöst eller fackligt syfte, förutsatt att behandlingen enbart rör sådana organs medlemmar eller tidigare medlemmar eller personer som på grund av organets ändamål har regelbunden kontakt med detta och personuppgifterna inte lämnas ut utanför det organet utan den registrerades samtycke. Detta bör åtföljas av ytterligare [...] skyddsåtgärder. Samtycke bör förstås som samtycke i den mening som avses i förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2018/1725. **Det** [...] bör inte vara möjligt att åberopa undantagen i artikel 9.2 b, c, e, f, g, h, i och j i förordning (EU) 2016/679 eller artikel 10.2 b, c, e, f, g, h, i och j i förordning (EU) 2018/1725 för att använda inriktungs- och förstärkningstekniker i syfte att publicera, främja eller sprida politisk reklam som inbegriper behandling av personuppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725. **Med tanke på genomförandet av kraven i den här förordningen bör uttryckligt samtycke i den mening som avses i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 tillhandahållas separat och specifikt för politisk reklam. I enlighet med unionsrätten bör personuppgiftsansvariga säkerställa att individuellt beslutsfattande inte påverkas av mörka mönster som snedvrider eller försämrar ett självständigt och välgrundat beslutsfattande, inbegripet förkryssade rutor och andra vinklade och icke-transparenta tekniker som driver eller påverkar enskilda personer att fatta särskilda beslut som de annars inte skulle ha fattat. I synnerhet bör mekanismen för att erhålla beslut från enskilda personer vara tydlig och lätt att använda, och alternativens relativa betydelse bör inte syfta till att påverka den enskilda personens beslut. Information till enskilda personer i detta avseende bör vara koncisa och formulerad på ett klart och begripligt språk och göras tillgänglig på ett enkelt, väl synligt och direkt sätt**

- (48a) Intern kommunikation från ett politiskt parti till dess medlemmar bör inte anses använda inriktningstekniker i samband med politisk reklam förutsatt att sådan kommunikation är begränsad till dess medlemmar och baseras på personuppgifter som dessa medlemmar uttryckligen har tillhandahållit för detta ändamål.*
- (48b) En särskilt utsatt grupp som kan utnyttjas genom missbruk av inriktnings- och förstärkningstekniker är mycket unga människor. Även om dessa personer ännu inte har rätt att rösta kan man inrikta sig specifikt på dem för att manipulera debatten. Inriktnings- eller förstärkningstekniker som inbegriper behandling av personuppgifter för en registrerad som med rimlig säkerhet antas vara åtminstone ett år under den rösträttsålder som fastställs genom nationella regler i samband med politisk reklam bör därför vara förbjudna.*

- (49) För att säkerställa ökad transparens och ansvarsskyldighet, och oavsett om den politiska reklamen inbegriper en tjänst eller inte, bör ytterligare skyddsåtgärder genomföras när inriktnings- och förstärkningstekniker används i samband med politisk reklam som inbegriper behandling av personuppgifter som inte är förbjuden enligt denna förordning. ***Sådana ytterligare krav på transparens och ansvarsskyldighet bör tillämpas å ena sidan på behandling som inbegriper särskilda kategorier av uppgifter när den registrerade uttryckligen har lämnat sitt samtycke eller när behandlingen utförs inom ramen för dess berättigade verksamhet, i enlighet med artikel 9.2 a och d i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.2 a och d i förordning (EU) 2018/1725, och å andra sidan på behandling av personuppgifter i samband med politisk reklam som inte inbegriper särskilda kategorier av uppgifter. Dessa ytterligare krav bör komplettera befintliga skyddsåtgärder, inbegripet sådana som rör automatiserat beslutsfattande i enlighet med artikel 22 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 24 i förordning (EU) 2018/1725. [...] De registeransvariga [...] bör anta, [...] genomföra och ge allmänheten tillgång till en policy som beskriver [...] hur sådan teknik används [...] och föra register över sin relevanta verksamhet. Vid publicering, främjande eller spridning av ett politiskt reklammeddelande med hjälp av inriktnings- och förstärkningstekniker bör de personuppgiftsansvariga tillsammans med det politiska reklammeddelandet tillhandahålla relevant information som gör det möjligt för den berörda personen att förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den inriktning som används, samt användningen av tredjepartsuppgifter och ytterligare analystekniker, inbegripet huruvida reklammeddelandets inriktning optimerats ytterligare i samband med tillhandahållandet.***
- (50) Utgivare av politisk reklam som använder inriktnings- eller förstärkningstekniker bör i sitt transparensmeddelande inkludera den information som behövs för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den teknik som används, användningen av tredjepartsuppgifter och de ytterligare analystekniker som används. [...]

- (50a) *Kraven på transparens och ansvarsskyldighet bör gälla för alla personuppgiftsansvariga oavsett om den personuppgiftsansvarige agerar för egen räkning eller tillsammans med tillhandahållaren av politiska reklamtjänster eller är samma enhet som utgivaren av politisk reklam.* Om den personuppgiftsansvarige inte är densamma som reklamutgivaren bör den personuppgiftsansvarige översända den interna policyn till utgivaren av politisk reklam **och säkerställa att övrig information som är nödvändig för att följa denna förordning lämnas till utgivaren av politisk reklam i god tid och på ett korrekt sätt** [...].
- (50b) Tillhandahållare av reklamtjänster bör [...] till utgivarna av politisk reklam översända den information som de behöver för att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. **Översändandet** [...] av sådan information skulle kunna automatiseras och integreras i de ordinarie affärsprocesserna på grundval av standarder.
- (51) För att ge enskilda personer ytterligare möjlighet att utöva sina rättigheter till skydd av personuppgifter bör utgivare av politisk reklam tillhandahålla ytterligare information och lämpliga verktyg till den berörda registrerade för att stödja dennes utövande av sina rättigheter enligt EU:s rättsliga ram för uppgiftsskydd, vilket inbegriper att den registrerade kan invända mot eller återkalla sitt samtycke när ett politiskt reklammeddelande riktas till honom eller henne. Denna information bör också vara lätt att tillgå direkt från transparensmeddelandet. De verktyg som enskilda personer har till sitt förfogande till stöd för utövandet av sina rättigheter bör på ett ändamålsenligt sätt kunna förhindra att en enskild person utsätts för politiska reklammeddelanden och förhindra inriktning på grundval av specifika kriterier och av en eller flera specifika personuppgiftsansvariga.
- (52) Kommissionen bör uppmuntra att det utarbetas uppförandekoder enligt artikel 40 i förordning (EU) 2016/679 för att stödja de registrerades utövande av sina rättigheter i detta sammanhang.
- (53) Information som ska tillhandahållas i enlighet med alla krav som är tillämpliga på användningen av inriktnings- och förstärkningstekniker enligt denna förordning bör presenteras i en form som är lättillgänglig, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av ett enkelt språk.

- (54) Det är lämpligt att fastställa regler för överföring av information om inriktning till andra berörda enheter. Det tillämpliga systemet bör vara förenligt med det system för informationsöverföring som är kopplat till transparenskraven.
- (55) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade i ett tredjeland och som erbjuder tjänster i unionen bör utse en bemyndigad rättslig företrädare i unionen för att en effektiv tillsyn av denna förordning i förhållande till dessa tillhandahållare ska möjliggöras. Den rättsliga företrädaren kan vara den som utsetts på grundval av artikel 27 i förordning (EU) 2016/679 eller den företrädare som utsetts på grundval av artikel 11 i förordning (EU) 2022[...]/xxx [förordningen om digitala tjänster].
- (55a) Den utsedda rättsliga företrädaren bör registrera sig hos en behörig myndighet som utsetts för dessa ändamål. I syfte att tillhandahålla information som är lätt att hitta om de utsedda rättsliga företrädarna för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade utanför unionens territorium bör den berörda behöriga myndigheten publicera online och regelbundet uppdatera information om rättsliga företrädare på deras territorium. Kommissionen bör inrätta en portal med länkar till de webbplatser som tillhandahålls av medlemsstaterna.***
- (56) För en effektiv tillsyn av denna förordning är det nödvändigt att ge tillsynsmyndigheterna befogenhet att övervaka och verkställa de relevanta reglerna. Beroende på varje medlemsstats rättssystem och i linje med befintlig unionslagstiftning, inbegripet förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2022[...]/xxx [förordningen om digitala tjänster], kan olika nationella rättsliga eller administrativa myndigheter utses för detta ändamål.

- (57) När det gäller tillsyn av onlinebaserade förmedlingstjänster enligt denna förordning bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter och säkerställa att tillsynen är förenlig med de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med artikel 38 i förordning (EU) [förordningen om digitala tjänster]. Samordnare av digitala tjänster, i enlighet med förordning (EU) [förordningen om digitala tjänster], i varje medlemsstat bör under alla omständigheter ansvara för att säkerställa samordning i dessa frågor på nationell nivå, och vid behov inleda gränsöverskridande samarbete med andra samordnare för digitala tjänster i enlighet med de mekanismer som fastställs i förordning (EU) [förordningen om digitala tjänster]. Inom ramen för tillämpningen av denna förordning bör denna mekanism begränsas till det nationella samarbetet mellan samordnare av digitala tjänster [och bör inte omfatta unionsnivå i enlighet med förordning (EU) [förordningen om digitala tjänster]].
- (58) För tillsyn av de aspekter av denna förordning som inte omfattas av tillsynsmyndigheternas behörighet enligt förordning (EU) 2016/679 *och* förordning (EU) 2018/1725, bör medlemsstaterna utse relevanta behöriga myndigheter. För att stödja upprätthållandet av grundläggande rättigheter och friheter, rättsstatsprincipen, demokratiska principer och allmänhetens förtroende för tillsynen av politisk reklam är det nödvändigt att dessa myndigheter är opartiska, strukturellt oberoende av inblandning utifrån och av politiska påtryckningar samt har lämpliga befogenheter **att** effektivt övervaka och vidta de åtgärder som krävs för att säkerställa efterlevnaden av denna förordning, särskilt de skyldigheter som fastställs i artikel 7. Medlemsstaterna får särskilt utse nationella regleringsmyndigheter eller regleringsorgan i enlighet med artikel 30 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU⁵, *men de kan också utse andra myndigheter, såsom valmyndigheter eller rättsliga myndigheter.*

⁵ Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU av den 10 mars 2010 om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster) (EUT L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (59) Om det redan finns regler i unionslagstiftningen om tillhandahållande av information till behöriga myndigheter och om samarbete med och mellan dessa myndigheter, såsom artikel 9 i förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster] eller de regler som ingår i förordning (EU) 2016/679, bör dessa regler gälla i tillämpliga delar för de relevanta bestämmelserna i denna förordning.
- (59a) För att stödja en effektiv tillämpning, tillsyn och efterlevnad av bestämmelserna i denna förordning, och utan att det påverkar tillämpningen av förordning (EU) 2016/679, förordning (EU) 2018/1725 och förordningen om digitala tjänster, är det nödvändigt att fastställa vilken behörig myndighet som bör ansvara när tjänster tillhandahålls i mer än en medlemsstat, eller om tjänsteleverantören bedriver sin huvudsakliga verksamhet utanför den medlemsstat där dess huvudsakliga etableringsställe eller utsedda företrädare finns. Om en tjänstetillhandahållare tillhandahåller politiska reklamtjänster i mer än en medlemsstat bör den eller de behöriga myndigheterna i den medlemsstat där leverantören av politiska reklamtjänster har sitt huvudsakliga etableringsställe normalt ansvara för en effektiv tillämpning, tillsyn och kontroll av efterlevnaden av bestämmelserna i denna förordning. Vid fastställandet av var en tjänstetillhandahållare har sitt huvudsakliga etableringsställe bör de behöriga myndigheterna ta hänsyn till var tjänsteleverantören har sitt huvudkontor eller säte där de huvudsakliga finansiella funktionerna och den operativa ledningen utövas.*
- (59b) När alla medlemsstaters behöriga myndigheter utövar sina utredningsbefogenheter och efterlevnadsbefogenheter bör de vid behov samarbeta med och bistå varandra. Om den misstänkta överträdelsen av denna förordning endast inbegriper den eller de behöriga myndigheter där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte har sitt huvudsakliga etableringsställe, bör den eller de relevanta behöriga myndigheterna underrätta den behöriga myndigheten för det huvudsakliga etableringsstället, som i enlighet med detta bör bedöma ärendet och, i tillämpliga fall, vidta nödvändiga efterlevnadsåtgärder.*
- (59c) För att ytterligare underlätta en effektiv tillämpning och efterlevnad av denna förordning i samband med att gränsöverskridande tjänster tillhandahålls får den behöriga myndigheten för det huvudsakliga etableringsstället – om utredningen av en påstådd överträdelse gäller tillhandahållande av politiska reklamtjänster i en eller flera medlemsstater där tjänsteleverantören inte har sitt huvudsakliga etableringsställe – inleda och leda en gemensam utredning med deltagande av den eller de berörda behöriga myndigheterna.*

(60) De myndigheter som är behöriga att utöva tillsyn över denna förordning bör samarbeta med varandra, både på nationell nivå och EU-nivå, och på bästa sätt utnyttja befintliga strukturer, däribland nationella samarbetsnätverk, det europeiska nätverk för valsamarbete som avses i rekommendation C(2018) 5949 final och den europeiska grupp av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster som inrättats i enlighet med direktiv 2010/13/EU. Ett sådant samarbete bör underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter enligt denna förordning, bland annat genom att gemensamt identifiera överträdelser, dela med sig av resultat och sakkunskap och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.

(60a) För att säkerställa ett effektivt och strukturerat samarbete mellan alla behöriga myndigheter bör experter som utsetts av medlemsstaterna sammanträda regelbundet på unionsnivå, särskilt inom ramen för det europeiska nätverket för valsamarbete och i nära samarbete med den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster samt andra relevanta nätverk. För att stärka samarbetet och utbytet av information och praxis på unionsnivå bör det europeiska nätverket för valsamarbete ha ett nära samarbete med den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster, särskilt när det gäller rapporteringen om diskussionerna om denna förordning.

- (61) För att underlätta en effektiv tillämpning av de skyldigheter som fastställs i förordningen är det nödvändigt att ge de nationella myndigheterna befogenhet att begära relevant information från tillhandahållarna av politiska reklamtjänster [...] om transparens när det gäller politisk reklam. Informationen till de behöriga myndigheterna kan avse en reklamkampanj, vara sammanställd per år eller avse specifika reklammeddelanden. För att säkerställa att begäranden om sådan information kan tillgodoses på ett ändamålsenligt och effektivt sätt och samtidigt säkerställa att tillhandahållare av politiska reklamtjänster inte utsätts för oproportionerliga bördor, är det nödvändigt att fastställa vissa villkor som dessa begäranden bör uppfylla. För att kunna övervaka en valprocess i rätt tid bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster snabbt besvara begäranden från behöriga myndigheter, och alltid inom *tio* [...] arbetsdagar från mottagandet av åtgärden. ***Under valkampanjens sista månad bör överträdelser av dessa skyldigheter anses ha en negativ och betydande inverkan på medborgarnas rättigheter, och därför bör tillhandahållarna av politiska reklamtjänster tillhandahålla den begärda informationen inom 48 timmar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som uppfyller kraven i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU bör göra rimliga ansträngningar för att utan onödigt dröjsmål och om möjligt före dagen för valet eller folkomröstningen tillhandahålla den begärda informationen.*** Av rättssäkerhetsskäl och i överensstämmelse med rätten till försvar bör begäranden från en behörig myndighet om att lämna information innehålla en lämplig motivering och information om tillgängliga rättsmedel. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör utse kontaktpunkter för samverkan med de behöriga myndigheterna. Sådana kontaktpunkter skulle kunna vara elektroniska.
- (62) Medlemsstaterna bör utse en kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av denna förordning. Kontaktpunkten bör om möjligt vara medlem i det europeiska nätverket för valsamarbete. Kontaktpunkten bör underlätta samarbetet mellan medlemsstaternas behöriga myndigheter i deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter, särskilt genom att samverka med kontaktpunkterna i andra medlemsstater och med de behöriga myndigheterna i den [...] egna **medlemsstaten.**

(63) Medlemsstaternas myndigheter bör säkerställa att överträdelse av de skyldigheter som fastställs i denna förordning bestraffas med [...] sanktionsavgifter eller ekonomiska sanktioner och, i tillämpliga fall, andra rättsmedel. När de gör detta bör de ta hänsyn till överträdelsens art, allvar, frekvens och varaktighet med tanke på det allmänintresse som står på spel, omfattningen och typen av den verksamhet som bedrivs samt, **i tillämpliga fall**, överträdarens ekonomiska kapacitet. Hänsyn bör tas till den avgörande roll som de skyldigheter som fastställs i artiklarna 5 och 7 spelar för att målen i denna förordning ska kunna uppnås på ett effektivt sätt. Dessutom bör myndigheterna beakta huruvida den berörda [...] tillhandahållaren **av reklamtjänster eller sponsorn** systematiskt eller återkommande underlåter att uppfylla sina skyldigheter enligt denna förordning, bland annat genom att skjuta upp tillhandahållandet av information till berörda enheter samt, i förekommande fall, huruvida tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är verksam i flera medlemsstater. Ekonomiska sanktioner, [...] [...] sanktionsavgifter och andra rättsmedel bör [...] i varje enskilt fall vara effektiva, proportionerliga och avskräckande, med vederbörlig hänsyn till att tillräckliga och tillgängliga rättssäkerhetsgarantier tillhandahålls, särskilt behovet av att säkerställa att den politiska debatten förblir öppen och tillgänglig.

(63a) I enlighet med de allmänna ansvarsprinciperna får en tillhandahållare av politiska reklamtjänster inte bestraffas om vederbörande har handlat på grundval av inkorrekta eller falska uppgifter från sponsorn som inte var uppenbart felaktiga, förutsatt att tillhandahållaren inte fick kännedom om felaktigheten i ett senare skede.

(63b) För att stödja tillämpningen och övervakningen av denna förordning bör de behöriga myndigheterna behandla anmälningar som de mottar från varje fysisk eller juridisk person om en eventuell överträdelse av denna förordning och, åtminstone på begäran, informera den person som gjorde anmälan om den uppföljning som gjorts. Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning bör alla anmälningar om politisk reklam i samband med valet eller folkomröstningen behandlas utan onödigt dröjsmål.

- (64) De behöriga myndigheternas utövande av sina befogenheter enligt denna förordning bör omfattas av lämpliga rättssäkerhetsgarantier i enlighet med unionsrätten och nationell rätt, inbegripet effektiva rättsmedel och rättssäkerhet.
- (65) ***För att stödja efterlevnaden av denna förordning bör tjänstetillhandahållare och andra berörda enheter i god tid få lättillgänglig information om datumen för nationella val och folkomröstningar.*** Medlemsstaterna bör därför offentliggöra datumen för sina val och folkomröstningar. ***Denna information bör vara lättillgänglig och aktuell.*** De bör också tillhandahålla denna information till allmänheten via en portal som kommissionen gör tillgänglig omedelbart efter tillkännagivandet [...].
- (65a) ***För att stödja ett effektivt genomförande av denna förordning uppmanas kommissionen att vid behov utarbeta riktlinjer för identifiering av politisk reklam och tillämpning av sanktioner.***
- (66) För att uppfylla målen med denna förordning bör befogenheten att anta akter i enlighet med artikel 290 i fördraget delegeras till kommissionen avseende artikel 7.8 [...] för att närmare ange i vilken form kraven för tillhandahållande av information i transparensmeddelanden enligt den artikeln bör tillhandahållas, och när det gäller artikel 12a.6 [...] ytterligare specificera i vilken form kraven på tillhandahållande av information om inriktning bör tillhandahållas. Det är särskilt viktigt att kommissionen genomför lämpliga samråd [...] ***med*** experter som utses av varje medlemsstat, och att dessa samråd genomförs i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstiftning. För att säkerställa lika stor delaktighet i förberedelsen av delegerade akter erhåller Europaparlamentet och rådet alla handlingar samtidigt som medlemsstaternas experter, och deras experter ges systematiskt tillträde till möten i kommissionens expertgrupper som arbetar med förberedelse av delegerade akter.

- (67) Senast två år efter varje val till Europaparlamentet bör kommissionen lägga fram en offentlig rapport om utvärderingen och översynen av denna förordning. Vid utarbetandet av rapporten bör kommissionen också beakta genomförandet av denna förordning i samband med andra val och folkomröstningar i unionen ***och denna förordnings inverkan på små och medelstora medieaktörer. Rapporten bör särskilt innehålla en utvärdering av förordningens ändamålsenlighet när det gäller specifika medel för politisk reklam, ytterligare begränsning av behandlingen av personuppgifter för de inriktnings- och förstärkningstekniker som regleras i denna förordning, typen av och storleken på de sanktioner som medlemsstaterna tillämpar samt kravet på att inrätta offentliga databaser för all politisk reklam online.*** Rapporten bör bland annat granska huruvida bestämmelserna i bilagorna till denna förordning fortfarande är lämpliga och om det finns behov av att se över dem.
- (68) Kompletterande skyldigheter när det gäller europeiska politiska partiers användning av politisk reklam fastställs i förordning (EU) nr 1141/2014 om stadgar för och finansiering av europeiska politiska partier och stiftelser.
- (69) Eftersom målen med denna förordning, nämligen att bidra till en välfungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster och att fastställa regler för inriktning i samband med publicering och spridning av politisk reklam, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna och de därför bättre kan uppnås på unionsnivå, kan unionen anta denna förordning i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i EU-fördraget. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går denna förordning inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.
- (70) Denna förordning påverkar inte tillämpningen av de regler som fastställs särskilt i direktiv 2000/31/EG, inbegripet ansvarsreglerna för tjänstelevererande mellanhänder i artiklarna 12–15 i det direktivet, ändrat genom förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster], förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala marknader], direktiv 2002/58/EG och förordning (EU) XXX [förordningen om integritet och elektronisk kommunikation], samt direktiv 2010/13/EU, direktiv 2000/31/EG, direktiv 2002/58/EG, direktiv 2005/29/EG, direktiv 2011/83/EU, direktiv 2006/114/EG, direktiv 2006/123/EG och förordning (EU) 2019/1150.

- (71) Europeiska datatillsynsmannen har hörts i enlighet med artikel 42.1 i förordning (EU) 2018/1725 och avgav ett yttrande den XX XX 2022.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL I – ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

Artikel 1

Innehåll och mål [...]

1. I denna förordning fastställs följande:
 - a) Harmoniserade skyldigheter för tillhandahållare av politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster att sörja för transparens genom att bevara, tillkännage och publicera information i samband med tillhandahållandet av sådana tjänster.
 - b) Harmoniserade regler om användning av inriktnings- och förstärkningstekniker i samband med [...] politisk reklam som inbegriper **behandling** [...] av personuppgifter, **och oavsett om den politiska reklamen inbegriper en tjänst.**
2. [...]
3. Denna förordning har följande syften:
 - a) Att bidra till en väl fungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster.
 - b) Att skydda fysiska personer när det gäller behandling av personuppgifter.

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

Artikel 1a

Tillämpningsområde

- 1. Denna förordning ska tillämpas på politisk reklam om den politiska reklamen sprids i unionen, riktas till enskilda personer eller tillhandahålls för allmänheten i en eller flera medlemsstater, oberoende av var tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är etablerad och oberoende av vilka medel som används.*
- 2. Denna förordning ska varken påverka innehållet i politisk reklam eller unionens eller medlemsstaternas regler för andra aspekter än de som omfattas av denna förordning.*

3[...]. Denna förordning påverkar inte tillämpningen av de regler som fastställs i följande rättsakter:

- a) Direktiv 2000/31/EG.
- b) Direktiv 2002/58/EG och förordning (EU) XXX [förordningen om integritet och elektronisk kommunikation].
- c) Direktiv 2005/29/EG.
- d) Direktiv 2006/114/EG.
- e) Direktiv 2006/123/EG.
- f) Direktiv 2010/13/EU.
- g) Direktiv 2011/83/EU.
- h) Förordning (EU) 2019/1150.
- i) [Förordning (EU) 2022/xxx [förordningen om digitala tjänster]].

Artikel 2

Definitioner

I denna förordning gäller följande definitioner[...]:

1. *tjänst*: prestation som utövas av egenföretagare, normalt mot ersättning, enligt definitionen i artikel 57 i EUF-fördraget.
2. *politisk reklam*: alla former av utarbetande, placering, främjande, publicering eller spridning av ett budskap
 - a) av eller för en politisk aktör eller för dennes räkning, såvida det inte är av rent privat eller rent kommersiellt slag, eller

- b) som kan ***och är utformat för*** att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ***ett röstningsbeteende eller*** en lagstiftnings- eller regleringsprocess [...] [...] ***på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå.***

Detta ska inte inbegripa följande:

- i) ***Politiska åsikter som uttrycks i medier under redaktionellt ansvar såvida inte särskild ersättning ges för eller i samband med att den politiska åsikten uttrycks.***
- ii) [...] Budskap från officiella källor ***inom medlemsstaterna eller unionen som uteslutande gäller*** [...] organisation och former för deltagande i val eller folkomröstningar, ***inbegripet kandidaturerna och frågan som folkomröstningen gäller, eller*** främjande av deltagande i val eller folkomröstningar[...].
- iii) ***Offentlig kommunikation från, för eller på uppdrag av en offentlig myndighet i en medlemsstat, inbegripet regeringsmedlemmar, under förutsättning att den inte är utformad för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstningsbeteende eller ett lagstiftnings- eller regleringsförfarande.***
- iv) ***Presentation av kandidater på särskilda offentliga platser eller i medier som uttryckligen föreskrivs i lag och som tilldelas kostnadsfritt samtidigt som likabehandling säkerställs.***

3. ***politiskt reklammeddelande:*** fall av politisk reklam ***som publiceras eller sprids i någon form.***

4. ***politisk aktör:*** något av följande:

- a) ett politiskt parti i den mening som avses i artikel 2.1 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 eller en enhet som har [...] anknytning till ett sådant politiskt parti[...],

- b) en politisk allians i den mening som avses i artikel 2.2 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,
 - c) ett europeiskt politiskt parti i den mening som avses i artikel 2.3 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,
 - d) en kandidat till eller innehavare av ett förtroendeuppdrag på unionsnivå [...] samt på nationell, regional och lokal nivå eller till [...] en ledarpost[...] i [...] ett politiskt parti, [...]
 - f) en [...]ledamot vid en **unionsinstitution, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten, eller av en regering [...]** i **medlemsstaterna på** nationell, regional eller lokal nivå, [...]
 - h) varje fysisk eller juridisk person som företräder eller agerar för någon av de personer eller organisationer som avses i a–g[...] **och** som främjar de politiska målen för någon av dessa.
5. *politisk reklamtjänst*: tjänst som består i politisk reklam, med undantag av en onlinebaserad förmedlingstjänst i den mening som avses i artikel 2 f i förordning (EU) 202[...]2/XXX [förordningen om digitala tjänster] och som tillhandahålls utan [...] särskild ersättning för utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen eller spridningen av det politiska budskapet[...].

- 5a. *tillhandahållare av politiska reklamtjänster: fysisk eller juridisk person som tillhandahåller politiska reklamtjänster, med undantag av endast accessoriska tjänster.*
6. *politisk reklamkampanj: utarbetande, placering, främjande, publicering eller spridning av en rad sammanhängande politiska reklammeddelanden inom ramen för ett avtal om politisk reklam, på grundval av gemensamt utarbetande, gemensam sponsring eller gemensam finansiering.*
7. *sponsor: den fysiska eller juridiska person på vars begäran eller för vars räkning ett politiskt reklammeddelande utarbetas, placeras, främjas, publiceras eller sprids.*
8. *Inriktnings[...]tekniker: tekniker som används [...] för att rikta [...] politisk reklam, vanligtvis med skräddarsytt innehåll, till en viss person eller grupp av personer baserat på behandling av personuppgifter[...].*
- 8a. *Förstärkningstekniker: optimeringstekniker, inbegripet reklamleveranstekniker, som används för att öka spridningen, räckvidden eller synligheten för politisk reklam baserat på behandling av personuppgifter och som kan användas för att visa det politiska reklammeddelandet för en viss person eller grupp av personer.*
9. [...]
10. *relevant väljarkår: den samling personer som har rätt att rösta i ett val eller en folkomröstning i den medlemsstat där ett politiskt reklammeddelande publiceras eller sprids, [...] vilket kan vara hela väljarkåren i en medlemsstat.*

11. *utgivare av politisk reklam: tillhandahållare av politiska reklamtjänster [...] som publicerar eller sprider politisk reklam, [...] oavsett medium.*
12. *personuppgiftsansvarig: personuppgiftsansvarig enligt artikel 4.[...]7[...] i förordning (EU) 2016/679 eller, i tillämpliga fall, artikel 3.[...]8 i förordning (EU) 2018/1725.*

[...]

Artikel 2a

Identifiering av ett politiskt reklammeddelande

1. *Vid fastställandet av huruvida ett meddelande utgör ett politiskt reklammeddelande i den mening som avses i artikel 2.2 b ska hänsyn tas till dess relevanta särdrag, såsom följande:*
 - (a) Meddelandets innehåll.*
 - (b) Meddelandets sponsor.*
 - (c) Det språk som används för att förmedla budskapet, det sätt på vilket meddelandet främjas, publiceras eller sprids samt målgrupp.*
 - (d) Det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperiod, såsom val- eller folkomröstningsperioder och lagstiftnings- eller regleringsprocess.*
 - (e) Syftet med budskapet.*

2. *Det ska finnas en tydlig och väsentlig koppling mellan meddelandet och dess potential att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstningsbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess.*

Artikel 3

Inre marknadsprincipen [...]

1. Medlemsstaterna får inte av transparens skäl *i fråga om politisk reklam* behålla eller införa bestämmelser eller åtgärder som avviker från bestämmelserna i denna förordning.
2. Tillhandahållande[...] av politiska reklamtjänster får inte förbjudas eller begränsas av transparens skäl när kraven i denna förordning är uppfyllda.

KAPITEL II – SKYLDIGHETER AVSEENDE TRANSPARENS I POLITISKA REKLAMTJÄNSTER

Artikel 4

Transparens i fråga om politiska reklamtjänster

1. Politiska reklamtjänster ska tillhandahållas på ett transparent sätt i enlighet med de skyldigheter som fastställs i **kapitel II** [...] i denna förordning.
- (1a) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst möjliggör efterlevnad av de relevanta bestämmelserna i denna förordning.**

Artikel 5

Identifiering av politiska reklamtjänster

1. Tillhandahållare av reklamtjänster ska begära att sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning uppger huruvida den reklamtjänst de begär att tjänstetillhandahållaren ska utföra utgör en politisk reklamtjänst i den mening som avses i artikel 2.5. Sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska uppge detta **sanningsenligt**.
2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst **föreskriver att sponsorn eller tillhandahållarna av reklamtjänster som agerar för [...] sponsorerers räkning ska tillhandahålla relevant information som är nödvändig för att uppfylla kraven i artikel 6.1. Informationen ska översändas på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål [...].**
- 2a. Om en tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om eller har faktisk vetskap om att [...]det som uppges är uppenbart felaktigt eller informationen är uppenbart felaktig ska den begära att sponsorn[...] eller den tillhandahållare[...] av reklamtjänster som agerar för en sponsors räkning[...] korrigerar den givna uppgiften**

eller informationen. Sponsorer eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska göra sådana korrigeringar på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål.

Artikel 6

Registrering [...]

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska bevara den information de samlar in när de tillhandahåller sina tjänster, när det gäller följande:
 - a) Det politiska reklammeddelande eller den politiska reklamkampanj som tjänsten eller tjänsterna är kopplade till.
 - b) Den specifika tjänst eller de specifika tjänster **som de** tillhandahåller i samband med den politiska reklamen.
 - c) De belopp de har fakturerat för den tjänst eller de tjänster som tillhandahållits, och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot den tillhandahållna tjänsten eller de tillhandahållna tjänsterna **och deras källor**. [...]
 - d) [...] Identiteten på sponsorn **för det politiska reklammeddelandet och, i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn, [...] deras kontaktuppgifter och för juridiska personer, etableringsort. och**
 - da) *I tillämpliga fall, en uppgift om relevanta val eller folkomröstningar som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.*
2. Den information som avses i punkt 1 ska vara i **skriftlig eller** [...] [...] elektronisk form. Sådan information ska bevaras i fem år från och med dagen för sista utarbetandet, placeringen, publiceringen, **främjandet** eller spridningen, beroende på omständigheterna.
 - 2a. **Denna artikel ska inte tillämpas på företag som uppfyller villkoren i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU om tillhandahållandet av reklamtjänster endast är marginellt och underordnat deras huvudsakliga verksamhet.**
3. [...]

Artikel 6a

Överföring av information till utgivare av politisk reklam

1. *Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att den information som avses i artikel 6.1 i god tid och på ett fullständigt och korrekt sätt lämnas till utgivare av politisk reklam som publicerar eller sprider det politiska reklammeddelandet, för att göra det möjligt för utgivare av politisk reklam att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att den information som bevaras i enlighet med artikel 6.1 är fullständig och korrekt.*

När utgivaren av politisk reklam är den enda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ska sponsorn överlämna relevant information till utgivaren.

2. *Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska översända denna information samtidigt som den relevanta tjänsten tillhandahålls i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, genom ett standardiserat och automatiserat förfarande där det är tekniskt möjligt.*
3. *När en tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som den har översänt har uppdaterats, ska den se till att denna uppdaterade information förmedlas till den relevanta utgivaren av politisk reklam.*

Transparenskrav för varje politiskt reklammeddelande

1. **Utgivaren av politisk reklam** [...] ska [...] **tillsammans med varje politiskt reklammeddelande göra** [...] följande information tillgänglig på ett klart, framträdande och otvetydigt sätt:
 - a) En uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande.
 - b) Identiteten på sponsorn för det politiska reklammeddelandet och, **i tillämpliga fall**, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.

ba) När så är tillämpligt, en uppgift om att det politiska reklammeddelandet har riktats eller förstärkts.
 - c) Ett transparensmeddelande för att göra det möjligt att förstå det bredare sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften, eller en tydlig angivelse av var det enkelt kan hittas.

I detta avseende ska utgivarna av politisk reklam använda effektiva och framträdande märknings- och etiketteringstekniker som gör det möjligt att lätt identifiera det politiska reklammeddelandet som ett sådant och att säkerställa att märkningen eller etiketteringen förblir tillgänglig om ett politiskt reklammeddelande sprids vidare.

2. Transparensmeddelandet [...] ska innehålla **åtminstone** följande information:
 - a) Identiteten på sponsorn **och, i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn** [...].
 - b) [...]
 - c) [...] Information om de sammanlagda beloppen eller andra förmåner som erhållits **av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, inbegripet dem som utgivaren**

erhållit, helt eller delvis i utbyte mot de **politiska reklamtjänsterna** [...] för det berörda reklammeddelandet samt, i förekommande fall, [...] den politiska reklamkampanjen, och källorna till dessa.

- d) I tillämpliga fall, en uppgift om val eller folkomröstningar som reklammeddelandet är kopplat till.
- e) I tillämpliga fall, länkar till onlinedatabaser över reklammeddelanden **som avses i punkt 6**.

ea) I tillämpliga fall, den information som anges i artikel 12a.1 c och ca.

f) [...]

g) [...] Den information som ska ingå i transparensmeddelandet ska **även innehålla de uppgifter** [...] som anges i bilaga I.

2a. Transparensmeddelandet ska ingå i varje politiskt reklammeddelande eller vara lätt att hitta från den första publiceringen och fram till dess att publiceringen avslutas. Transparensmeddelanden ska presenteras i en form som är lättillgänglig och, om det är tekniskt möjligt, maskinläsbar, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av ett enkelt språk. Transparensmeddelanden som är maskinläsbara ska göras tillgängliga med hjälp av ett gemensamt allmänt tillgängligt programmeringsgränssnitt.

3. Utgivare av politisk reklam ska göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att den information som avses i punkt[...] 2 är fullständig, korrekt och uppdaterad. När sponsorn eller tillhandahållaren[...] av politiska reklamtjänster får kännedom om att den information som har översänts till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt, ska den utan onödigt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren av politisk reklam, och den ska i förekommande fall översända kompletterad eller korrigerad information till utgivaren av politisk reklam. Om utgivaren av politisk reklam får kännedom om att den information som avses i punkt[...] [...] 2 är ofullständig eller inkorrekt, ska utgivaren göra rimliga ansträngningar, i förekommande fall bland annat genom att kontakta sponsorn eller berörda tjänstetillhandahållare, för att komplettera eller korrigera informationen.[...]Om [...] informationen inte kan kompletteras eller korrigeras utan onödigt dröjsmål, får utgivaren [...] inte göra det politiska reklammeddelandet tillgängligt eller ska utgivaren avbryta publiceringen eller spridningen av det [...] [...] och

informera berörd tjänstetillhandahållare och, i tillämpliga fall, sponsorn. ***Utgivaren ska informera sponsorn eller den tjänsteleverantör som agerar för sponsorns räkning om det politiska reklammeddelande som det sponsrar inte görs tillgängligt eller om det avbryts.***

4. [...]
5. Utgivare av politisk reklam ska behålla sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar under en period på fem år efter ***den senaste publiceringen*** [...] [...].
- 5a. ***Punkt 5 ska inte tillämpas på företag som uppfyller villkoren i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU under förutsättning att tillhandahållandet av reklamtjänster endast är marginellt och underordnat deras huvudsakliga verksamhet.***
6. Utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i artikel 25 i förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster] ska säkerställa att den information som anges i punkt 2 i den här artikeln för varje politiskt reklammeddelande görs tillgänglig omedelbart i de databaser som avses [...] i artikel [39 [...]] i den förordningen [förordningen om digitala tjänster]. Sådan information ska hållas uppdaterad och tillhandahållas i enlighet med en överenskommen branschstandard för tillgänglighet, datastruktur och tillgång genom ett gemensamt allmänt tillgängligt programmeringsgränssnitt [...].
7. Medlemsstaterna, inbegripet behöriga myndigheter, och kommissionen ska uppmuntra utarbetandet av uppförandekoder som är avsedda att bidra till en korrekt tillämpning av denna artikel, med beaktande av de berörda tjänstetillhandahållarnas särdrag och de särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag i den mening som avses i artikel 3 i direktiv 2013/34/EU.

8. Kommissionen ska ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 19 för att ändra bilaga I genom att *i den* lägga till [...] *eller* ändra [...] uppgifter från förteckningen över information, [...] med hänsyn till den tekniska utvecklingen, **relevant vetenskaplig forskning och utvecklingen när det gäller de berörda myndigheternas tillsyn och tillämpliga riktlinjer utfärdade av berörda organ, och förutsatt att de uppgifter som föreskrivs i punkt 2 i denna artikel bibehålls**, om en sådan ändring är nödvändig för att förstå sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften.

Artikel 8

Regelbunden rapportering om politiska reklamtjänster

1. [...]Utgivare av **politisk** reklam ska inkludera information om beloppen för eller värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot **de tillhandahållna tjänsterna** [...], inbegripet användningen av inriktnings- och förstärkningstekniker, sammanställda per kampanj, **bifogat till** [...] deras förvaltningsberättelse i den mening som avses i artikel 19 i direktiv 2013/34/EU.
2. Punkt 1 ska inte tillämpas på företag som uppfyller kraven i artikel 3.1–[...]3[...] i direktiv2013/34/EU.

Artikel 9

Angivelse av eventuella olagliga politiska reklammeddelanden

1. [...]Utgivare av **politisk reklam** ska [...] göra det möjligt för **fysiska och juridiska**[...] personer att kostnadsfritt lämna en anmälan till dem om att ett visst reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning.

2. Information om hur man anmäler politiska reklammeddelanden enligt punkt 1 ska vara användarvänlig och lätt att få tillgång till, även från transparensmeddelandet.
[...] Utgivare av politisk reklam ska göra det möjligt att lämna den **anmälan** [...] som avses i punkt 1 på elektronisk väg.
3. ***Utgivare av politisk reklam ska göra rimliga ansträngningar för att på ett aktsamt och objektivt sätt och utan onödigt dröjsmål behandla de anmälningar som mottagits i enlighet med punkt 1, genom att kontakta berörd tillhandahållare av politiska reklamtjänster och, i förekommande fall, sponsorn.***
- 3a.[...] [...] Utgivare av **politisk** [...] reklam ska, **åtminstone på begäran och utan onödigt dröjsmål, informera de personer som gjort den anmälan som avses i punkt 1** [...] om uppföljningen av den [...]. **Utgivare av politisk reklam som uppfyller kraven i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU ska göra sitt bästa för att säkerställa efterlevnaden av denna punkt.**
- 3b. ***Den sista månaden före ett val eller en folkomröstning ska utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i förordning (EU)2022/XXX [förordningen om digitala tjänster] behandla alla anmälningar som de mottar om reklammeddelanden med koppling till detta val eller denna folkomröstning inom 48 timmar.***
4. Upprepade anmälningar enligt punkt 1 om samma reklammeddelande eller reklamkampanj får besvaras med ett gemensamt svar, inbegripet genom hänvisning till ett tillkännagivande på den berörda utgivarens webbplats.

Artikel 10

Överföring av information till behöriga myndigheter

1. ***För kontroll av efterlevnaden av artiklarna 6, 7 och 8*** [...] ska de behöriga nationella myndigheterna ha befogenhet att begära att [...] tillhandahållare av politiska reklamtjänster överför[...] **all nödvändig** [...] information [...]. Den överförda informationen [...] ska [...] vara fullständig, korrekt och tillförlitlig och tillhandahållas i tydlig, sammanhängande, konsoliderad och begriplig form. Om det är tekniskt möjligt ska informationen överföras i maskinläsbart format.

- (1a) De begäranden som avses i punkt 1 ska innehålla följande:
- a) En motivering som förklarar i vilket syfte informationen begärs och varför begäran är nödvändig och proportionell, såvida inte begäran syftar till att förebygga, **avslöja**, utreda, [...] och lagföra brott **eller allvarliga förseelser** och i den mån skälen för begäran skulle äventyra detta syfte.
 - b) Information om rättsmedel som finns tillgängliga för den berörda tjänstetillhandahållaren och sponsorn av den politiska reklamtjänsten.
2. Vid mottagandet av en begäran enligt punkt 1 ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster inom två arbetsdagar bekräfta att begäran är mottagen och informera myndigheten om de åtgärder som vidtagits för att tillmötesgå den. Den berörda tjänstetillhandahållaren ska tillhandahålla den begärda informationen inom tio arbetsdagar. **Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som uppfyller kraven i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU ska emellertid göra rimliga ansträngningar för att tillhandahålla den begärda informationen inom femton arbetsdagar.**
- 2a. *Genom undantag från punkt 3 ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning tillhandahålla den begärda informationen inom 48 timmar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som uppfyller kraven i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU ska emellertid göra rimliga ansträngningar för att utan onödigt dröjsmål och om möjligt före dagen för valet eller folkomröstningen tillhandahålla den begärda informationen.*
3. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska utse en kontaktpunkt för samverkan med behöriga nationella myndigheter. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster **som uppfyller kraven i** [...] artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU får utse en extern fysisk person till kontaktpunkt.

Överföring av information till andra berörda enheter

1. **På begäran av intresserade enheter** [...] ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster [...] **kostnadsfritt** överföra den information som **de måste ha enligt** [...] artiklarna 6 och 7 till **dessa** [...] enheter [...].
2. Berörda enheter som begär överföring av information i enlighet med punkt 1 ska vara oberoende av kommersiella intressen och ska ingå i en eller flera av följande kategorier:
 - a) Utvalda forskare i enlighet med artikel 31 i förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster].
 - b) Medlemmar i en organisation i det civila samhället vars stadgeenliga mål är att skydda och främja allmänintresset, i enlighet med nationell lagstiftning eller unionslagstiftning.
 - c) Politiska aktörer [...]. [...]
 - d) Nationella eller internationella valobservatörer som är erkända [...] i en medlemsstat[...]. **eller**

da) Journalister.

[...]
3. På begäran av en berörd enhet ska tjänstetillhandahållaren göra sitt yttersta för att inom en månad tillhandahålla den begärda informationen eller ett motiverat svar enligt punkt 5.

4. Vid sammanställningen av den information som ska tillhandahållas enligt punkt 1 får tjänstetillhandahållaren slå samman de relevanta beloppen eller ange ett beloppsintervall, i den utsträckning det är nödvändigt för att skydda sina legitima kommersiella intressen.
5. Om en begäran enligt punkt 1 är uppenbart ogrundad, otydlig eller orimlig, särskilt på grund av dess oklarheter, får tjänstetillhandahållaren vägra att svara. I detta fall ska den relevanta tjänstetillhandahållaren skicka ett motiverat svar **och information om möjligheterna till prövning** till den berörda enhet som gjort begäran.
6. Om **behandlingen av** begäranden enligt punkt 1 [...] medför betydande kostnader, får tjänstetillhandahållaren ta ut en rimlig och proportionerlig avgift som under inga omständigheter får överstiga de administrativa kostnaderna för att tillhandahålla den begärda informationen.
7. Det ska åligga tjänstetillhandahållarna att visa att en begäran är uppenbart ogrundad, otydlig eller orimlig, eller att begäranden [...] medför betydande handläggningskostnader.

KAPITEL III – INRIKTNING OCH FÖRSTÄRKNING AV POLITISK REKLAM

Artikel 12

Förbud [...] avseende inriktning och förstärkning

1. Inriktnings- eller förstärkningstekniker som inbegriper behandling av ***särskilda kategorier av*** sådana personuppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725 i samband med politisk reklam är förbjudna.
2. Punkt 1 [...] ska inte tillämpas på de situationer som avses i artikel 9.2 a [...] i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.2 a [...] i förordning (EU) 2018/1725. ***Vid tillämpningen av denna punkt ska det uttryckliga medgivandet i den mening som avses i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 ges separat och specifikt för politisk reklam.***
- 2a. ***Punkt 1 ska inte tillämpas på de situationer som avses i artikel 9.2 d i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.2 d i förordning (EU) 2018/1725.***
3. ***Inriktnings- eller förstärkningstekniker som inbegriper behandling av personuppgifter för en registrerad som med rimlig säkerhet antas vara åtminstone ett år under den rösträttsålder som fastställs av nationella regler vad gäller den politiska reklamen är förbjudna.***

Artikel 12a

Särskilda krav avseende inriktning och förstärkning

- 1[...]. Vid användning av inriktnings- eller förstärkningstekniker i samband med politisk reklam som inbegriper behandling av personuppgifter ska personuppgiftsansvariga, utöver de krav som fastställs i förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt, uppfylla följande krav:

- a) Anta, [...] genomföra och ge allmänheten tillgång till en intern policy som klart och tydligt beskriver hur [...] [...] sådana tekniker används [...], och behålla denna policy under en period av fem år efter det att dessa tekniker senast användes.
- b) Föra register över användningen av inriktning eller förstärkning, relevanta mekanismer, tekniker och parametrar som används och källorna till de personuppgifter som används.
- c) **Säkerställa tillhandahållande** [...], tillsammans med **en angivelse av att det rör sig om ett** politiskt reklammeddelande, **av** ytterligare information för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den teknik som används samt användningen av tredjepartsuppgifter och ytterligare analysmetoder. **Informationen ska inbegripa åtminstone följande uppgifter:**
 - i) **de särskilda grupper av mottagare som reklamen riktar sig till, inbegripet de parametrar som används för att fastställa till vilka mottagare reklamen sprids,**
 - ii) **de kategorier och källor till personuppgifter som används för inriktning och förstärkning.**

Den [...] information **som ska ingå ska även omfatta** [...] de uppgifter som anges i bilaga II.

- ca)** Tillsammans med reklammeddelandet [...] eller i det transparensmeddelande som krävs enligt artikel 7 ska en hänvisning [...] inkluderas till effektiva sätt att stödja enskilda personer i att utöva sina rättigheter enligt förordning (EU) 2016/679 eller förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt, särskilt en hänvisning till enskilda personers rätt att ge eller ta tillbaka sitt samtycke, beroende på vad som är tillämpligt, och rätten att göra invändningar. **En sådan hänvisning ska innehålla en länk till ett gränssnitt som gör det möjligt att utöva en sådan rättighet.**

2[...]. [...] Om **den** personuppgiftsansvariga inte är densamma som **utgivaren av politisk reklam** ska den personuppgiftsansvariga översända den interna policyn **och säkerställa att den information som avses i punkt 1 c och 1 ca lämnas** [...] till utgivaren av politisk reklam **för att göra det möjligt för utgivaren av politisk reklam att fullgöra sina skyldigheter**

enligt denna förordning. Informationen ska översändas i god tid och på ett korrekt sätt i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, genom ett standardiserat och automatiserat förfarande där det är tekniskt möjligt.

3. *Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska vid behov till de personuppgiftsansvariga översända den information som är nödvändig för att uppfylla kraven i punkterna 1 och 2.*
5. [...]
- 4[...]. Information som tillhandahålls i enlighet med **punkterna 1–3** [...] ska presenteras i en form som är lättillgänglig och, om det är tekniskt möjligt, maskinläsbar, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av ett enkelt språk.
7. [...]
- 5[...]. Kommissionen ska ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 19 för att ändra bilaga II genom att i den lägga till eller ändra [...] uppgifter i förteckningen över information, [...] med hänsyn till den tekniska utvecklingen, [...] relevant vetenskaplig forskning, och utvecklingen när det gäller de berörda myndigheternas tillsyn och tillämpliga riktlinjer utfärdade av berörda organ, förutsatt att de uppgifter som föreskrivs i punkt 1 c i den här artikeln bibehålls.

Artikel 13

Överföring av information om inriktning eller förstärkning till andra berörda enheter

1. [...] [...] **De** personuppgiftsansvariga [...] ska vidta lämpliga åtgärder för att på begäran av berörda enheter i enlighet med artikel 11.1 **och kostnadsfritt** överföra den information som avses i artikel 12a.
2. Artikel 11.2–11.7 ska gälla i tillämpliga delar.

KAPITEL IV – TILLSYN OCH EFTERLEVAD

Artikel 14

Rättslig företrädare

1. Tjänstetillhandahållare som tillhandahåller politiska reklamtjänster i unionen men som inte är etablerade i unionen ska skriftligen utse en fysisk eller juridisk person till sin rättsliga företrädare i en av de medlemsstater där tillhandahållaren erbjuder sina tjänster. ***Den utsedda rättsliga företrädaren ska registrera sig hos den behöriga myndighet som avses i punkt 2a.***
 - (1a) ***Om tillhandahållare av politiska reklamtjänster underlåter att uppfylla sina skyldigheter enligt punkt 1 ska medlemsstaterna vidta alla lämpliga åtgärder för att säkerställa att denna förordning efterlevs, inbegripet att avbryta publiceringen eller spridningen av den relevanta politiska reklamen om efterlevnad inte kan säkerställas på annat sätt.***
2. Den rättsliga företrädaren ska ansvara för att den företrädda tjänstetillhandahållarens skyldigheter fullgörs enligt denna förordning och vara adressat för all den kommunikation med den berörda tjänstetillhandahållaren som föreskrivs i den här förordningen. Alla meddelanden till den rättsliga företrädaren ska betraktas som meddelanden till den företrädda tjänstetillhandahållaren.
 - 2a. ***Medlemsstaterna ska utse en behörig myndighet som ska ansvara för att online offentliggöra och regelbundet uppdatera informationen om utsedda rättsliga företrädare som registrerats i enlighet med punkt 1. Medlemsstaterna ska tillhandahålla kommissionen länkarna till de relevanta webbplatserna.***
 - 2b. ***Kommissionen ska inrätta en portal som länkar till de webbplatser som tillhandahålls av medlemsstaterna i enlighet med punkt 2a.***

Behöriga myndigheter och kontaktpunkter

1. De tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 eller artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725 ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 12 och 12a i den här förordningen inom sina respektive behörighetsområden. Artikel 58 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 58 i förordning (EU) 2018/1725 ska gälla i tillämpliga delar. Kapitel VII i förordning (EU) 2016/679 ska tillämpas på verksamhet som omfattas av artiklarna 12 och 12a i den här förordningen.
2. Medlemsstaterna ska utse behöriga myndigheter för att övervaka att tillhandahållare av förmedlingstjänster i den mening som avses i förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster] uppfyller de skyldigheter som fastställs i artiklarna 5–11 och 14 i denna förordning, i tillämpliga fall. De behöriga myndigheter som utsetts enligt förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster] kan också vara en av de behöriga myndigheter som utsetts för att övervaka att mellanhänder på internet uppfyller skyldigheterna i artiklarna 5–11 och 14 i denna förordning. Den samordnare av digitala tjänster som avses i artikel 38 i förordning (EU) 2021/xxx i varje medlemsstat ska ansvara för att säkerställa samordning på nationell nivå när det gäller tillhandahållare av förmedlingstjänster enligt definitionen i förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster]. Artikel 45.1–45.4 och artikel 46.1 i förordning (EU) 2021/xxx [förordningen om digitala tjänster] ska tillämpas i frågor som rör tillämpningen av denna förordning när det gäller tillhandahållare av förmedlingstjänster.
3. Varje medlemsstat ska utse en eller flera behöriga myndigheter som ska ansvara för tillämpningen och efterlevnaden av de aspekter av denna förordning som inte avses i punkterna 1 och 2. **Dessa behöriga myndigheter får skilja sig från dem som avses i punkterna 1 och 2.** Varje behörig myndighet som utses enligt denna punkt ska strukturellt vara helt oberoende både från sektorn och från eventuell inblandning utifrån eller av politiska påtryckningar. Den ska på ett fullständigt oberoende sätt övervaka och vidta de åtgärder som är nödvändiga och proportionella för att säkerställa efterlevnaden av denna förordning.

4. [...]
5. De behöriga myndigheter som avses i punkt 3 ska, när de utövar sina **uppgifter och befogenheter inom tillsyn och efterlevnad** [...] i samband med denna förordning, ha befogenhet att
- aa) **begära tillgång till uppgifter, handlingar eller annan nödvändig information, särskilt från sponsorn eller de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster,**
 - a) utfärda varningar till tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller bristande efterlevnad av skyldigheterna enligt denna förordning,
 - aa) **beordra att överträdelserna upphör och kräva att sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster vidtar de åtgärder som är nödvändiga för att efterleva denna förordning, samtidigt som den grundläggande rätten till yttrande- och informationsfrihet respekteras,**
 - b) publicera ett uttalande som identifierar den eller de juridiska och fysiska personer som är ansvariga för överträdelsen av en skyldighet som fastställs i denna förordning och överträdelsens art,
 - c) påföra [...] sanktionsavgifter **eller** [...] ekonomiska sanktioner[...] **och, i tillämpliga fall, andra rättsmedel, för att effektivt sätta stopp för överträdelsen, eller begära att en rättslig myndighet i deras medlemsstat gör det.**
6. Medlemsstaterna ska säkerställa **effektivt och strukturerat** samarbete **på nationell nivå** mellan **alla de berörda** behöriga myndigheter **som avses i punkterna 1–3** [...] för att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras uppgifter **och befogenheter** inom tillsyn och efterlevnad enligt denna förordning, bland annat genom att [...] dela med sig av resultat och sakkunskap **för att hjälpa till att identifiera överträdelser** och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.

- 6a. *Experter som utsetts av medlemsstaterna ska sammanträda regelbundet på unionsnivå, särskilt inom ramen för det europeiska nätverket för valsamarbete, och ha ett nära samarbete med den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster och andra relevanta nätverk för att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter enligt denna förordning.*
7. Varje medlemsstat ska utse en behörig myndighet som kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av denna förordning.

Artikel 15a

Gränsöverskridande samarbete

1. *Efterlevnaden av denna förordning av tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska omfattas av befogenheten för den medlemsstat där tillhandahållaren har sitt etableringsställe. Om tjänsteleverantören är etablerad i mer än en medlemsstat ska den anses omfattas av jurisdiktionen i den medlemsstat där den har sitt huvudsakliga etableringsställe.*
- 2[...]. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 15.1 och 15.2 och punkt 1 i den här artikeln [...] ska den behöriga myndigheten eller de behöriga myndigheterna i alla [...] medlemsstater [...] vid behov samarbeta med och bistå varandra. [...]
- [...]

[...]

- 3 [...] **En** behörig myndighet ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran från en annan behörig myndighet, bistå den andra behöriga myndigheten **utan onödigt dröjsmål och senast en månad efter mottagandet av begäran** så att de tillsyns- eller efterlevnadsåtgärder som avses i **artikel[...] 15.5** kan genomföras på ett ändamålsenligt, effektivt och konsekvent sätt. **En [...] [...] behörig myndighet [...] ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran om information från den behöriga myndigheten i en annan medlemsstat, via de kontaktpunkter som avses i artikel 15.7, förse den behöriga myndigheten med den nödvändiga informationen utan onödigt dröjsmål och senast 14 dagar efter mottagandet av begäran. Tidsfristen kan förlängas till en månad i fall som kräver ytterligare utredning eller information från flera behöriga myndigheter.**
4. *Om den behöriga myndigheten i en medlemsstat har anledning att misstänka att en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som har sitt huvudsakliga etableringsställe i en annan medlemsstat har överträtt denna förordning på dess territorium, ska den skicka en anmälan till den behöriga myndigheten för det huvudsakliga etableringsstället via den kontaktpunkt som avses i artikel 15.7.*
5. *En underrättelse enligt punkt 4 ska vara vederbörligen motiverad och innehålla minst följande uppgifter:*
- a) *Information som gör det möjligt att identifiera tillhandahållare av politiska reklamtjänster.*

- b) *En beskrivning av relevanta fakta, de relevanta bestämmelserna i denna förordning och skälen till att den behöriga myndighet som skickade anmälan misstänker att den berörda tjänstetillhandahållaren har överträtt denna förordning, inbegripet, i förekommande fall, en beskrivning av de fakta som skulle göra det möjligt att bedöma kriterierna i artikel 16.3.*
 - c) *Den plats där det relevanta politiska reklammeddelandet eller en kopia av det kan hämtas.*
 - d) *All annan information som den behöriga myndighet som skickat anmälan anser relevant, inbegripet, när så är lämpligt, information som den samlat in på eget initiativ.*
6. *Om den behöriga myndigheten för det huvudsakliga etableringsstället inte har tillräcklig information för att kunna agera med anledning av en sådan anmälan som avses i punkt 4, får den begära ytterligare information från den behöriga myndighet som gjorde anmälan, som ska tillhandahålla den begärda informationen utan onödigt dröjsmål.*
7. *Den behöriga myndigheten för det huvudsakliga etableringsstället ska, utan onödigt dröjsmål och senast en månad efter mottagandet av den anmälan som avses i punkt 4 eller, i tillämpliga fall, av den information som avses i punkt 6, till den behöriga myndighet som gjorde anmälan överlämna sin bedömning av den misstänkta överträdelsen och ytterligare information om de utrednings- eller efterlevnadsåtgärder som vidtagits eller som ska vidtas för att säkerställa efterlevnaden av denna förordning.*
8. *Den behöriga myndigheten för det huvudsakliga etableringsstället får – om utredningen av en påstådd överträdelse gäller tillhandahållande av politiska reklamtjänster i en eller flera medlemsstater där tillhandahållaren inte har sitt huvudsakliga etableringsställe – inleda och leda en gemensam utredning med deltagande av den eller de berörda behöriga myndigheterna*
- a) *på eget initiativ och efter att ha inhämtat samtycke från den eller de relevanta behöriga myndigheterna, eller*

b) *på begäran av en annan behörig myndighet eller andra behöriga myndigheter, på grundval av en motiverad misstanke om att tillhandahållandet av politiska reklamtjänster av en tillhandahållare som är etablerad i den medlemsstat där det huvudsakliga etableringsstället är beläget har överträtt denna förordning eller väsentligt påverkat enskilda personer på territoriet för den eller de behöriga myndigheter som lämnat begäran.*

9. *Vid tillämpning av punkt 8 ska den behöriga myndighet som begär att en gemensam utredning ska inledas förse den eller de andra behöriga myndigheterna med den information som avses i punkt 5. Om en behörig myndighet beslutar att inte delta i en gemensam utredning ska den förse den eller de andra behöriga myndigheterna med en motiverad förklaring till detta. [...]*

10. *Vid genomförandet av en gemensam utredning ska de behöriga myndigheterna samarbeta i god tro och utöva sina utredningsbefogenheter på lämpligt vis för att utreda den påstådda överträdelsen. Behöriga myndigheter i en gemensam utredning ska underrätta varandra om alla relevanta efterlevnadsåtgärder som de inleder eller avser att inleda.*

Artikel 16

Sanktioner

1. [...] Medlemsstaterna ska fastställa bestämmelser om sanktioner, inbegripet [...] sanktionsavgifter *eller* [...] ekonomiska sanktioner[...] *och, i tillämpliga fall, andra rättsmedel*, som ska tillämpas på tillhandahållare av politiska reklamtjänster [...] för överträdelser av *artiklarna 5–11, 13 och 14 samt på sponsorer för överträdelser av artiklarna 5 och 6a.*[...] *Sanktionerna* [...] ska i varje enskilt fall vara effektiva, proportionerliga och avskräckande. *Vid fastställandet av tillämpliga sanktioner ska hänsyn tas till bestämmelserna om pressfrihet och yttrandefrihet i andra medier samt de regler eller normer som styr journalistyrket.*

- (1a) Det maximala beloppet för den ekonomiska sanktion som kan åläggas ska bygga på den ekonomiska kapaciteten för den enhet som är föremål för sanktioner och ska vara**
- a) 4 % av årsinkomsten eller budgeten för sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster, beroende på vad som är tillämpligt och vilken som är högst, eller**
 - b) 4 % av den globala årsomsättningen under det föregående räkenskapsåret för sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster.**
2. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla dessa bestämmelser senast tolv månader efter denna förordnings ikraftträdande samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.
3. Vid beslut om typ av sanktion[...] och dess nivå ska vederbörlig hänsyn tas, i varje enskilt fall, bland annat till följande:
- a) Överträdelsens karaktär, allvar och varaktighet.
 - b) Om överträdelsen skett med uppsåt eller genom oaktsamhet.
 - c) Åtgärder som vidtagits för att mildra eventuella skador.
 - d) Relevanta tidigare överträdelser och andra försvårande eller förmildrande omständigheter som är tillämpliga på omständigheterna i fallet. och
 - e) Graden av samarbete med den behöriga myndigheten.
- ea) Storleken på och den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner, i tillämpliga fall.**

4. Överträdelse av artiklarna **7, 9 och 10** ska anses vara särskilt allvarliga om de avser politisk reklam som publiceras eller sprids under **den sista månaden före ett val eller en folkomröstning** [...] och riktas till medborgare i den medlemsstat där det aktuella valet **eller den aktuella folkomröstningen** anordnas.
5. [...]
6. För överträdelse av de skyldigheter som fastställs i artiklarna 12 och 12a får de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 inom ramen för sin behörighet påföra [...] sanktionsavgifter i enlighet med artikel 83 i förordning (EU)2016/679 upp till det belopp som avses i artikel 83.5 i den förordningen.
7. För överträdelse av de skyldigheter som fastställs i artikel 12 **och 12a** får den tillsynsmyndighet som avses i artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725 inom ramen för sin behörighet påföra [...] sanktionsavgifter i enlighet med artikel 66 i förordning (EU)2018/1725 upp till det belopp som avses i artikel 66.3 i den förordningen.

Artikel 16a

Anmälningar till den behöriga myndigheten

Utan att det påverkar andra administrativa förfaranden eller rättsmedel ska de behöriga myndigheterna vederbörligen behandla alla anmälningar som de mottar om en eventuell överträdelse av denna förordning och, åtminstone på begäran, informera den person som gjorde anmälan om den uppföljning som gjorts. Under den sista månaden före val eller folkomröstningar ska alla anmälningar som tas emot och som gäller dessa val eller folkomröstningar behandlas utan onödigt dröjsmål.

Offentliggörande av datum för val och folkomröstningar [...]

1. Medlemsstaterna ska offentliggöra datumen för sina val och folkomröstningar [...] på en lättillgänglig plats, och med lämplig hänvisning till denna förordning.
2. ***Kommissionen ska tillhandahålla en portal i vilken medlemsstaterna omedelbart efter tillkännagivandet ska registrera datumen för sina val eller folkomröstningar. Portalen ska vara allmänt tillgänglig.***

KAPITEL V – SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 18

Utvärdering och översyn

1. Senast två år efter varje val till Europaparlamentet och första gången senast den 31 december 2026 ska kommissionen lägga fram en rapport om utvärderingen och översynen av denna förordning. Denna rapport ska innehålla en bedömning av behovet av att ändra denna förordning, **särskilt när det gäller följande:**
 - a) ***Denna förordnings ändamålsenlighet när det gäller specifika medel för politisk reklam.***
 - b) ***Ytterligare begränsning av behandlingen av personuppgifter för de inriktnings- och förstärkningstekniker som regleras i denna förordning.***
 - c) ***Denna förordnings inverkan på små och medelstora medieaktörer.***
 - d) ***Typen av och storleken på de sanktioner som medlemsstaterna har ålagt.***
 - e) ***Inrättandet av offentliga databaser för all politisk reklam online.***
2. Rapporten ska offentliggöras.

Artikel 19

Utövande av delegeringen

1. Befogenheten att anta delegerade akter ges till kommissionen med förbehåll för de villkor som anges i denna artikel.
2. Den befogenhet att anta delegerade akter som avses i artiklarna 7.8 och 12a.5 [...] ska ges till kommissionen för en period på 3 år från och med ... [den dag då den grundläggande rättsakten träder i kraft eller ett annat datum som fastställs av medlagstiftarna].
Delegeringen av befogenhet ska genom tyst medgivande förlängas med perioder av

samma längd, såvida inte Europaparlamentet eller rådet motsätter sig en sådan förlängning senast tre månader före utgången av perioden i fråga.

3. Den delegering av befogenhet som avses i artiklarna 7.8 och **12a.5** [...] får när som helst återkallas av Europaparlamentet eller rådet. Ett beslut om återkallelse innebär att delegeringen av den befogenhet som anges i beslutet upphör att gälla. Beslutet får verkan dagen efter det att det offentliggörs i *Europeiska unionens officiella tidning*, eller vid ett senare i beslutet angivet datum. Det påverkar inte giltigheten av delegerade akter som redan har trätt i kraft.

3a.[...] *Innan kommissionen antar en delegerad akt i enlighet med artiklarna 7.8 och 12a.5 ska den samråda med experter som utsetts av varje medlemsstat i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstifning.*

4. Så snart kommissionen antar en delegerad akt ska den samtidigt delge Europaparlamentet och rådet denna.
5. En delegerad akt som antas i enlighet med artikel 7.8 eller artikel **12a.5** [...] ska träda i kraft endast om varken Europaparlamentet eller rådet har gjort invändningar mot den delegerade akten inom två månader från den dag då akten delgavs Europaparlamentet och rådet, eller om både Europaparlamentet och rådet före utgången av den perioden har underrättat kommissionen om att de inte kommer att invända. Denna period ska förlängas med två månader på Europaparlamentets eller rådets initiativ.

Artikel 20

Ikraftträdande och tillämpning

1. Denna förordning träder i kraft den tjugonde dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.
2. Den ska tillämpas från och med **12 månader efter det att den offentliggjorts i Europeiska unionens officiella tidning [...]**.
3. Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Bryssel den

På Europaparlamentets vägnar
Ordförande

På rådets vägnar
Ordförande

Information som ska tillhandahållas enligt artikel 7.2

- a) Om meddelandet inte ingår i själva reklammeddelandet: ett exempel på eller ett återgivande av det politiska reklammeddelandet eller en länk till detta.
- b) Identitet och etableringsort för den sponsor för vars räkning reklammeddelandet sprids, inklusive namn, adress, telefonnummer och e-postadress, och huruvida sponsorn är en fysisk eller juridisk person.
- ba) Den information som krävs enligt led b om den fysiska eller juridiska person som tillhandahåller ersättning i utbyte mot det politiska reklammeddelandet i de fall då denna person är en annan än sponsorn.*
- c) Den period under vilken det politiska reklammeddelandet sprids och, i tillämpliga fall och om det är känt av utgivaren, det faktum att samma reklammeddelande har spridits tidigare.
- d) Eventuella val som reklamen är kopplad till, i förekommande fall.
- e) Det preliminära aggregerade belopp som använts för, och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot, det specifika reklammeddelandet, och i förekommande fall för den specifika reklamkampanjen, inbegripet för utarbetande, placering, främjande, publicering och spridning av de politiska reklammeddelandena, samt det aggregerade faktiska belopp som använts och värdet av andra förmåner som erhållits när dessa väl är kända.
- f) **Information om** de finansieringskällor som används för den specifika reklamkampanjen, inbegripet för utarbetande, placering, främjande, publicering och spridning av de politiska reklammeddelandena.
- g) Relevant information om den metod som används för att beräkna de belopp och värden som avses i punkt e.

- h) Om utgivaren är en mycket stor onlineplattform: en länk till reklammeddelandets plats i utgivarens reklamdatabas.
- i) Om reklammeddelandet är kopplat till ett specifikt val eller en specifik folkomröstning: länkar till officiell information om villkoren för att delta i det berörda valet eller den berörda folkomröstningen.
- j) Information om den mekanism som inrättas enligt artikel 9.

Information som ska tillhandahållas enligt artikel 12a.1 [...]

- a) De specifika målgrupperna, inklusive de parametrar som används för att avgöra vem som är mottagare av reklamen, med samma detaljnivå som används för inriktningen, de kategorier av personuppgifter som används för inriktningen och förstärkningen, målen och mekanismerna för och logiken bakom inriktningen och förstärkningen, inbegripet inklusions- och exklusionsparametrar och skälen till valet av dessa parametrar.
 - b) Spridningsperioden, antalet personer som reklammeddelandet sprids till och uppgifter om målgruppens storlek inom den relevanta väljarkåren.
 - c) Källan till de personuppgifter som avses i punkt a, inbegripet, i tillämpliga fall, information om att personuppgifterna härrör, härleds eller inhämtats från en tredje part och dess identitet samt en länk till den tredje partens meddelande om skydd av personuppgifter för behandlingen i fråga.
 - d) En länk till effektiva sätt att stödja enskilda personer i att utöva sina rättigheter enligt förordning (EU) 2016/679 eller förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt, i samband med inriktning och förstärkning av politisk reklam på grundval av deras personuppgifter.
- da) En länk till eller en tydlig angivelse av var den policy som avses i artikel 12a.1 a enkelt kan hittas.***
-