

Bruxelles, 10 giugno 2022
(OR. en)

Fascicolo interistituzionale:
2021/0381(COD)

8647/2/22
REV 2

LIMITE

AG 46
COMPET 279
INST 150
PE 44
DATAPROTECT 125
FREMP 84
CONSOM 101
TELECOM 184
AUDIO 37
MI 334
DISINFO 33
CODEC 589

NOTA

Origine:	Segretariato generale del Consiglio
Destinatario:	Delegazioni
n. doc. prec.:	8647/22 + REV1
n. doc. Comm.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Oggetto:	Proposta di REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica - Testo di compromesso della presidenza

Si allega per le delegazioni un testo di compromesso della presidenza **riveduto** sulla proposta in oggetto.

Il testo soppresso della proposta della Commissione è indicato con [...], mentre il testo aggiunto rispetto alla proposta della Commissione figura in **grassetto sottolineato**.

Proposta di
REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO
relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica

(Testo rilevante ai fini del SEE)

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare gli articoli 16 e 114,

vista la proposta della Commissione europea,

previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,

visto il parere del Comitato economico e sociale europeo¹,

visto il parere del Comitato delle regioni²,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria,

¹ GU C [...] del [...], pag. [...].

² GU C [...] del [...], pag. [...].

considerando quanto segue:

- (1) L'offerta e la domanda di pubblicità politica sono in crescita e vanno assumendo dimensioni sempre più transfrontaliere. A questa tendenza si associa un numero ingente e crescente di servizi: consulenti politici, agenzie pubblicitarie, piattaforme di tecnologia pubblicitaria, società di pubbliche relazioni, influencer, analisti di dati e data broker vari. La pubblicità politica può assumere forme svariate: contenuti a pagamento, risultati di ricerca sponsorizzati, messaggi mirati a pagamento, promozione in classifiche, promozione di qualcosa o qualcuno integrato in contenuti come un inserimento di prodotti, influencer e altri testimonial. Le attività correlate possono comprendere ad esempio la diffusione di messaggi di pubblicità politica su richiesta di uno sponsor o la pubblicazione di contenuti a titolo oneroso.
- (2) La pubblicità politica può essere diffusa o pubblicata con vari mezzi e media a livello transfrontaliero. Può essere diffusa o pubblicata nei media tradizionali offline, come giornali, televisione e radio, ma anche sempre più spesso su piattaforme online, siti web, applicazioni mobili, videogiochi e altre interfacce digitali. Queste ultime si prestano particolarmente a un'offerta di tipo transfrontaliero, per giunta pongono sfide nuove e difficili sul fronte regolamentare ed esecutivo. La pubblicità politica online è in forte aumento e alcune forme lineari di pubblicità politica offline, come la radio e la televisione, sono offerte anche online come servizi a richiesta. Nell'organizzare campagne di pubblicità politica, la tendenza è ad avvalersi di un'ampia scelta di media e forme.
- (3) In quanto fornita normalmente dietro retribuzione, la pubblicità, e quindi anche la pubblicità politica, costituisce un servizio ai sensi dell'articolo 57 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE). Nella dichiarazione n. 22 sui portatori di handicap allegata al trattato di Amsterdam, la Conferenza dei rappresentanti degli Stati membri ha convenuto che, nell'elaborazione di misure a norma dell'articolo 114 TFUE, le istituzioni dell'Unione debbano tenere conto delle esigenze dei portatori di handicap.

- (4) La necessità di garantire trasparenza è un fine pubblico legittimo, conformemente ai valori condivisi dell'UE e dei suoi Stati membri a norma dell'articolo 2 del trattato sull'Unione europea (TUE). Non è sempre facile per i cittadini riconoscere i messaggi di pubblicità politica ed esercitare i diritti democratici con cognizione di causa. **La crescente sofisticazione della disinformazione, la diversificazione degli attori, la rapida evoluzione delle nuove tecnologie e l'accresciuta diffusione delle interferenze manipolative costituiscono sfide importanti per l'UE e gli Stati membri. La pubblicità politica può essere un vettore di disinformazione, specie se non ne è esplicitata la natura politica e se è mirata o amplificata.** È necessario un livello elevato di trasparenza anche per sostenere un dibattito politico equo e aperto **che garantisca campagne politiche democratiche,** ed elezioni o referendum liberi ed equi e per combattere la disinformazione e interferenze illecite anche dall'estero. [...]. Una pubblicità politica trasparente aiuta l'elettore a capire meglio quando è al cospetto di un messaggio di pubblicità politica, per conto di chi è fatta quella pubblicità e come è diventato il target di un dato prestatore di servizi pubblicitari, ponendolo così in condizioni migliori per una scelta informata.
- (5) In ambito di pubblicità politica si fa uso frequente delle tecniche di targeting e **amplificazione.** Per tecniche di targeting o amplificazione si dovrebbero intendere le tecniche usate per rivolgere a una sola persona ovvero a un gruppo di persone specifico un messaggio di pubblicità politica concepito su misura, o per aumentarne la diffusione, la portata o la visibilità. Visto il potere e il potenziale insiti in un uso improprio dei dati personali nel targeting, compreso il microtargeting e altre tecniche avanzate, tali tecniche possono costituire una minaccia particolare per legittimi interessi pubblici quali l'equità, le pari opportunità e la trasparenza del processo elettorale e il diritto fondamentale a un'informazione obiettiva, trasparente e pluralistica.

- (6) La pubblicità politica è attualmente disciplinata in modo eterogeneo negli Stati membri, e tende a concentrarsi sui media tradizionali. Vigono restrizioni specifiche, anche in ordine alla prestazione transfrontaliera di servizi di pubblicità politica. Alcuni Stati membri vietano ai prestatori di servizi dell'UE stabiliti in altri Stati membri di offrire servizi di natura politica o con finalità politiche nei periodi elettorali. Nel contempo le carenze e lacune che con alta probabilità accusano le legislazioni di alcuni Stati membri fan sì che talvolta siano diffusi messaggi di pubblicità politica senza che siano rispettate le norme nazionali vigenti, con il rischio di compromettere le finalità delle leggi sulla trasparenza della pubblicità politica.
- (7) Per garantire maggiore trasparenza nella propaganda politica ma anche per rispondere alle preoccupazioni dei cittadini, alcuni Stati membri hanno già esplorato, o stanno valutando, nuove misure di trasparenza della pubblicità politica, a sostegno di un dibattito politico equo e di elezioni o referendum liberi ed equi. Queste misure nazionali sono concepite soprattutto per la pubblicità pubblicata e diffusa online e possono includere divieti. Possono essere misure vincolanti o meno e comportare diversi elementi di trasparenza.
- (8) Conseguenza di questa situazione è un mercato interno frammentario in cui diminuisce la certezza del diritto per i prestatori di servizi di pubblicità politica che preparano, collocano, **promuovono**, pubblicano o diffondono messaggi di pubblicità politica, in cui è ostacolata la libera circolazione dei servizi connessi, distorta la concorrenza, anche tra prestatori di servizi offline e online, e sono richiesti complessi sforzi di conformità e costi aggiuntivi ai prestatori di servizi in questione.
- (9) Dato il contesto, è probabile che i prestatori di servizi di pubblicità politica esitino ad offrire i loro servizi in situazioni transfrontaliere. Questo discorso vale soprattutto per le microimprese e le PMI che spesso non dispongono di risorse adeguate per assorbire o trasferire gli elevati costi di conformità connessi alla preparazione, collocazione, **promozione**, pubblicazione o diffusione di pubblicità politica in più Stati membri. Ne consegue una disponibilità di servizi limitata e un freno alla possibilità dei prestatori di servizi di innovare e offrire campagne multimediali e multinazionali sul mercato interno.

- (10) È pertanto opportuno garantire in tutta l'Unione un livello di trasparenza uniforme ed elevato della pubblicità politica fornita nel quadro dei servizi di pubblicità politica e prevenire nel contempo divergenze che ostacolino la libera circolazione dei servizi connessi nel mercato interno, imponendo obblighi di trasparenza uniformi ai prestatori di servizi di pubblicità politica che garantiscano la tutela uniforme dei diritti dell'individuo e il controllo in tutto il mercato interno, sulla base dell'articolo 114 TFUE.
- (11) Gli Stati membri non dovrebbero mantenere né adottare nel loro diritto nazionale disposizioni **sulla trasparenza della pubblicità politica che siano** divergenti da quelle stabilite dal presente regolamento, incluse disposizioni più o meno severe che generino un livello di trasparenza della pubblicità politica diverso. La piena armonizzazione degli obblighi di trasparenza connessi ai messaggi di pubblicità politica aumenta la certezza del diritto e riduce la frammentazione degli obblighi cui sono soggetti i prestatori di servizi in ambito di pubblicità politica.
- (12) La piena armonizzazione degli obblighi di trasparenza non dovrebbe pregiudicare la libertà dei prestatori di servizi di pubblicità politica di trasmettere, su base volontaria, ulteriori informazioni sulla pubblicità politica, **ad esempio[...] il tasso di clic di uno specifico messaggio di pubblicità politica online,** nell'esercizio della libertà di espressione **e d'informazione** sancita all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali.
- (13) Il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare il contenuto [...] **della pubblicità politica né le norme dell'Unione o degli Stati membri che disciplinano la presentazione della pubblicità politica,** i periodi [...] **elettorali e la conduzione di campagne politiche, compresi i divieti di pubblicità** [...].
- (13 bis) Occorre tenere conto delle esigenze specifiche delle micro, piccole e medie imprese nell'applicazione [e nell'esecuzione] del presente regolamento, in ottemperanza al principio di proporzionalità. La nozione di micro, piccole e medie imprese dovrebbe essere intesa ai sensi dell'articolo 3, paragrafi 1, 2 e 3, della direttiva 2013/34/UE.**

(14) Il presente regolamento dovrebbe prevedere un obbligo di trasparenza armonizzato applicabile agli operatori economici che forniscono pubblicità politica e servizi connessi (ossia attività che sono normalmente fornite dietro retribuzione); questi servizi consistono in particolare nella preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione e diffusione di messaggi di pubblicità politica. Le norme del presente regolamento che garantiscono un livello elevato di trasparenza dei servizi di pubblicità politica sono basate sull'articolo 114 TFUE. Il presente regolamento dovrebbe altresì disciplinare l'uso delle tecniche di targeting e amplificazione nell'ambito della **promozione**, pubblicazione [...] **o** diffusione [...] di pubblicità politica, che comportano il trattamento di dati personali. Le norme del presente regolamento che disciplinano l'uso delle tecniche di targeting e amplificazione sono basate sull'articolo 16 TFUE. Nella pubblicità politica rivolta a privati in uno Stato membro dovrebbe rientrare la pubblicità politica interamente preparata, collocata, **promossa**, [...] pubblicata **o diffusa** da prestatori di servizi stabiliti al di fuori dell'Unione, ma diffusa a privati nell'Unione. Per determinare se un messaggio di pubblicità politica è rivolto a privati in uno Stato membro, occorre tener conto dei fattori che lo collegano a quello Stato membro, ossia la lingua, il contesto, l'obiettivo e i mezzi di diffusione.

(14 bis) È opportuno prendere in considerazione le specificità del mezzo di comunicazione, in particolare per adeguare le modalità alla televisione, alla radio e ai giornali, a seconda dei casi, nell'applicazione del presente regolamento in ossequio al diritto dell'UE.

- (15) Non esiste una definizione di pubblicità politica o di messaggio di pubblicità politica a livello dell'Unione. Una definizione comune è necessaria per stabilire l'ambito di applicazione degli obblighi di trasparenza armonizzati e delle norme di targeting e amplificazione. Tale definizione dovrebbe comprendere molteplici forme che può assumere la pubblicità politica e altri eventuali mezzi e modalità di pubblicazione o diffusione nell'Unione, che la fonte sia situata al suo interno o in un paese terzo.
- (16) Nella definizione di pubblicità politica dovrebbe rientrare la pubblicità **preparata, collocata, promossa**, pubblicata o diffusa direttamente o indirettamente da, a favore o per conto di un attore politico. Essendo il messaggio pubblicitario di, a favore o per conto di un attore politico indissociabile dalla attività di questi in quanto attore politico, si può presumere che possa influenzare il dibattito politico, salvo se di natura meramente privata o meramente commerciale.

- (17) Dovrebbe altresì configurare pubblicità politica la **promozione**, pubblicazione o diffusione, a cura di altri attori, di un messaggio che può **ed è inteso a** influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto **a livello dell'Unione, nazionale, regionale, locale o di partito politico**. **Dovrebbe esistere un nesso chiaro e sostanziale tra il messaggio e la sua possibilità di influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto**. Al fine di determinare **l'esistenza di tale nesso** [...] è opportuno tenere conto di tutti i fattori pertinenti, come **lo sponsor del messaggio**, il contenuto del messaggio, il linguaggio utilizzato per convogliarlo, il contesto in cui è trasmesso, **compreso il periodo di diffusione, ad esempio un periodo elettorale**, il suo obiettivo, [...] i mezzi con cui è **promosso**, pubblicato o diffuso **e i suoi destinatari**. I messaggi su questioni di società o controverse potrebbero [...] **e sono intesi a** influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto.
- (18) Non dovrebbero configurare pubblicità politica le informazioni pratiche emanate da fonti ufficiali e concernenti **esclusivamente** l'organizzazione e le modalità di partecipazione a elezioni o referendum.
- (19) Non dovrebbero rientrare nel campo di applicazione del presente regolamento le opinioni politiche espresse [...], **sotto la responsabilità editoriale di un prestatore di servizi di qualsiasi mezzo, compresi i programmi dei servizi di media audiovisivi ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera a), della direttiva 2010/13/UE³, nelle trasmissioni [...] radio lineari e non lineari, [...] pubblicate sulla stampa scritta [...] o online, a meno che il prestatore di servizi sia stato remunerato per l'opinione politica espressa [...]**.

³ GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1.

- (20) Ai fini del presente regolamento, per elezioni si dovrebbero intendere le elezioni del Parlamento europeo al pari di tutte le elezioni o referendum organizzati a livello nazionale, regionale e locale negli Stati membri, e le elezioni per stabilire la leadership dei partiti politici. Nella nozione non dovrebbero rientrare altri tipi di elezioni, come le votazioni **professionali** o organizzate privatamente.
- (21) È necessario definire il messaggio di pubblicità politica come caso di pubblicità politica. Il termine ricomprende i mezzi con cui il messaggio di pubblicità politica è comunicato, anche a mezzo stampa, su media radiotelevisivi o su piattaforme online.
- (22) Gli attori politici ai sensi del presente regolamento dovrebbero richiamarsi a concetti definiti dal diritto dell'Unione e dal diritto nazionale in linea con strumenti giuridici internazionali come quelli del Consiglio d'Europa. Nella nozione di [...] **attore** politico dovrebbero rientrare le entità affiliate **di un partito politico**, dotate o meno di personalità giuridica e istituite per sostenerlo o perseguirne gli obiettivi, ad esempio per interagire con uno specifico gruppo di elettori o per un risultato elettorale specifico.
- (23) Nella nozione di attore politico dovrebbero rientrare anche i **candidati a una carica elettiva o i titolari di una carica elettiva** [...] [...] e i membri **del governo degli Stati membri a livello** [...] **nazionale, regionale o locale o di un'istituzione europea, ad eccezione della Corte di giustizia dell'Unione europea, della Banca centrale europea e della Corte dei conti.** È opportuno includere nella definizione anche altre organizzazioni politiche **istituite per conseguire un preciso risultato in un'elezione o in un referendum.**
- (24) Per campagna di pubblicità politica si dovrebbe intendere la preparazione, **collocazione, promozione,** pubblicazione e diffusione di una serie di messaggi pubblicitari collegati per la durata di un contratto di pubblicità politica, sulla base di una preparazione o sponsorizzazione o di un finanziamento comune. [...]
- (25) La definizione di pubblicità politica non dovrebbe pregiudicare la definizione nazionale di partito politico, obiettivi politici o periodi [...] **elettorali** a livello nazionale.

- (26) Al fine di coprire la vasta gamma di prestatori di servizi connessi alla pubblicità politica, nella nozione di prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero rientrare i prestatori coinvolti nella preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione [...] o diffusione di pubblicità politica. **I prestatori che forniscono servizi puramente accessori in relazione ai servizi di pubblicità politica non dovrebbero essere intesi come prestatori di servizi di pubblicità politica ai sensi del presente regolamento.**
- (26 bis) Gli editori di pubblicità politica dovrebbero essere intesi come prestatori di servizi di pubblicità politica, di norma alla fine della catena di prestatori di servizi, che pubblicano e diffondono messaggi di pubblicità politica via radio o televisione, rendendoli disponibili da un'interfaccia o rendendoli altrimenti di dominio pubblico.**
- (26 ter) Per sponsor si dovrebbe intendere la persona per conto della quale la pubblicità politica è preparata, collocata, promossa, pubblicata o diffusa, ad esempio un singolo candidato a un'elezione, un terzo registrato o un partito politico.**
- (27) Non dovrebbero configurare servizi di pubblicità politica i messaggi condivisi da singoli a titolo meramente personale. Non si dovrebbe considerare agire a titolo personale chi pubblica messaggi la cui diffusione o pubblicazione è pagata da terzi.
- (28) Una volta **che lo sponsor dichiara che** [...] **la pubblicità è** [...] politica [...], lo si dovrebbe chiaramente indicare agli altri prestatori di servizi coinvolti nei servizi di pubblicità politica. **Lo sponsor dovrebbe rendere tale dichiarazione in buona fede.**
- Inoltre, una volta identificato un messaggio pubblicitario come pubblicità politica, la sua ulteriore diffusione dovrebbe rispettare gli obblighi di trasparenza. Nei casi in cui [...] **la pubblicità politica quale definita nel presente regolamento è condivisa** in modo organico ad esempio, la pubblicità dovrebbe comunque essere qualificata come politica.

(28 bis) In considerazione dell'importanza di garantire in particolare obblighi di trasparenza efficaci, gli sponsor e i prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto di questi dovrebbero trasmettere in buona fede le informazioni pertinenti in modo tempestivo, completo e accurato per consentire agli altri prestatori di servizi di pubblicità politica nella catena di rispettare il regolamento. Quando l'editore di pubblicità politica è l'unico prestatore di servizi di pubblicità politica, lo sponsor dovrebbe comunicare tali informazioni all'editore di pubblicità politica. In caso di dichiarazione o di informazioni manifestamente errate, i prestatori di servizi pubblicitari dovrebbero richiedere agli sponsor e ai prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto di questi di correggere la loro dichiarazione.

(28 ter) Una dichiarazione o un'informazione dovrebbero essere considerate manifestamente errate se ciò risulta evidente dal contenuto della pubblicità, dalla natura dello sponsor o dal contesto in cui è prestato il servizio in questione, senza ulteriori verifiche o attività di accertamento dei fatti.

- (29) Le norme sulla trasparenza dettate dal presente regolamento dovrebbero applicarsi solo ai servizi di pubblicità politica, ossia la pubblicità politica normalmente fornita dietro retribuzione, il che comprende anche contributi in natura. Gli obblighi di trasparenza non dovrebbero applicarsi ai contenuti caricati da un utente di servizi intermediari online, ad esempio una piattaforma online, e diffusi da detti servizi senza considerare la collocazione, pubblicazione o diffusione del messaggio specifico, salvo se l'utente ha ricevuto un compenso da terzi per il messaggio di pubblicità politica.
- (30) Gli obblighi di trasparenza non dovrebbero nemmeno applicarsi alla condivisione di informazioni tramite servizi di comunicazione elettronica come i servizi di messaggia elettronica o le chiamate telefoniche, purché non sia coinvolto nessun servizio di pubblicità politica.

- (31) La libertà di espressione **e d'informazione** sancita all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali include la libertà di opinione politica e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni politiche e di condividere idee politiche. Ogni limitazione **a tale libertà** deve ottemperare all'articolo 52 della Carta dei diritti fondamentali per cui possono essere apportate modulazioni e limitazioni laddove siano giustificate dal perseguimento di un legittimo interesse pubblico e rispettino i principi generali del diritto dell'Unione, quali la proporzionalità e la certezza del diritto. Ciò vale anche nelle situazioni in cui le idee politiche sono comunicate tramite prestatori di servizi di pubblicità politica.
- (32) Per quanto riguarda gli intermediari online, ai messaggi di pubblicità politica da questi pubblicati o diffusi si applica il regolamento (UE) 202[...]**2**/XX [normativa sui servizi digitali] con norme orizzontali che disciplinano tutti i tipi di pubblicità online, compresi gli annunci commerciali e i messaggi di pubblicità politica. In base alla definizione di pubblicità politica di cui al presente regolamento, è opportuno prevedere una maggiore granularità degli obblighi di trasparenza a carico degli editori di pubblicità rientranti nell'ambito di applicazione del regolamento (UE) 202[...]**2**/XX [normativa sui servizi digitali], segnatamente le piattaforme **online** di dimensioni molto grandi. Ciò riguarda in particolare le informazioni sul finanziamento dei messaggi di pubblicità politica. [Il presente regolamento lascia impregiudicate le disposizioni della normativa sui servizi digitali, ivi compresi gli obblighi di valutazione e attenuazione dei rischi a carico delle piattaforme online di dimensioni molto grandi in relazione ai loro sistemi pubblicitari.]
- (33) Le attività di preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione e diffusione di pubblicità politica possono dare adito a una complessa catena di prestatori di servizi. È quanto accade in particolare quando a controllare la selezione del contenuto pubblicitario, la selezione dei criteri di targeting **e amplificazione**, i dati utilizzati per il targeting **e l'amplificazione**, le tecniche di targeting **e amplificazione**, la produzione del messaggio pubblicitario e la sua diffusione possono essere diversi prestatori di servizi. I servizi automatizzati, ad esempio, supportano l'abbinamento tra profilo dell'utente di un'interfaccia e contenuto pubblicitario grazie ai dati personali raccolti direttamente presso l'utente stesso e in funzione del suo comportamento online, e ai dati desunti.

(34) Data l'importanza di garantire obblighi di trasparenza efficaci e di agevolarne il controllo, i prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero provvedere affinché le pertinenti informazioni raccolte nella prestazione dei servizi, compresa l'indicazione che un messaggio pubblicitario è di natura politica, **siano complete e accurate e** siano trasmesse all'editore di pubblicità politica che rende pubblico il messaggio in questione. Al fine di sostenere l'adempimento efficiente di questo obbligo e la trasmissione tempestiva e accurata di queste informazioni, i prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero **trasmettere tali informazioni contestualmente alla prestazione del servizio pertinente e** prendere in considerazione e sostenere l'automazione della trasmissione di informazioni tra prestatori di servizi di pubblicità politica. **I prestatori di servizi di pubblicità politica, quando vengono a conoscenza del fatto che le informazioni da essi trasmesse sono state aggiornate, dovrebbero provvedere affinché tali informazioni aggiornate siano comunicate all'editore di pubblicità politica interessato.**

(34 bis) I prestatori di servizi di pubblicità politica vengono a conoscenza del fatto che le informazioni dovrebbero essere aggiornate quando lo sponsor o il prestatore di servizi che agisce per suo conto informa il prestatore di servizi di pubblicità politica in merito a un cambiamento rilevante. Gli editori di pubblicità politica possono altresì venire a conoscenza di questa necessità di aggiornamento attraverso il meccanismo di notifica di cui al presente regolamento.

(34[...])ter) Se i prestatori di servizi di pubblicità politica [...] vengono a conoscenza di un errore, di un'inesattezza o di un'incompletezza manifesti [...] nelle informazioni comunicate, i prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero compiere quanto è ragionevolmente in loro potere per garantire che tali errori, inesattezze o incompletezze manifesti siano corretti, in particolare confermando le informazioni fornite dal prestatore di servizi di pubblicità politica [...] oppure, ove opportuno, dallo sponsor stesso. Al prestatore di servizi di pubblicità politica non dovrebbe essere richiesto di procedere ad attività di accertamento dei fatti eccessive od onerose [...]. Il compimento di quanto è ragionevolmente possibile può riflettersi anche negli accordi contrattuali tra i prestatori di servizi e con lo sponsor, se del caso.

(34[...].quater) Il compimento di quanto è ragionevolmente possibile dovrebbe includere misure diligenti e obiettive, ad esempio contattare lo sponsor o il prestatore di servizi di pubblicità politica [...] interessato, al fine di completare o correggere le informazioni. Occorre tenere conto della natura e dell'importanza delle informazioni errate o mancanti in relazione ai requisiti stabiliti dal presente regolamento.

- (35) Nei casi in cui una costruzione commerciale o contrattuale artificiale rischi di eludere l'efficacia degli obblighi di trasparenza di cui al presente regolamento, è opportuno che detti obblighi si applichino al o ai soggetti che in sostanza forniscono il servizio pubblicitario.

[...]

- (37) Pur prevedendo requisiti specifici, nessuno degli obblighi di cui al presente regolamento dovrebbe essere interpretato nel senso che impone ai prestatori intermediari di servizi un obbligo generale di monitoraggio dei contenuti politici condivisi da persone fisiche o giuridiche, ovvero l'obbligo generale di prendere provvedimenti proattivi in relazione a contenuti connessi a attività illegali che tali prestatori trasmettono o conservano.

- (38) La trasparenza della pubblicità politica dovrebbe mettere i cittadini nelle condizioni di capire quando sono al cospetto di un messaggio di pubblicità politica. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero garantire [...] [...] **insieme a** ciascun messaggio di pubblicità politica, che sia dichiarato chiaramente che si tratta di pubblicità politica e sia identificato lo sponsor. Se del caso, il nome dello sponsor potrebbe accompagnarsi a un logo politico. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero applicare un'etichettatura effettiva che tenga conto degli sviluppi della ricerca scientifica e delle migliori pratiche di trasparenza in materia di etichettatura pubblicitaria. **La presentazione della dichiarazione e del nome dello sponsor può variare a seconda dei mezzi utilizzati. Per quanto riguarda i servizi di radiodiffusione, si potrebbe ricorrere, ad esempio, a una dichiarazione trasmessa prima o dopo il messaggio pubblicitario.** Dovrebbero inoltre garantire che [...] **insieme a** ciascun messaggio di pubblicità politica siano pubblicate informazioni che rendano comprensibili il contesto più ampio in cui si situa e i suoi obiettivi, possibilmente da includere nel messaggio stesso ovvero da fornirsi a cura dell'editore sul suo sito web tramite un link, **un codice di risposta rapida (o "codice QR")** o altra indicazione equivalente, chiara e di facile uso, inclusa nel messaggio.

- (39) È opportuno che queste informazioni figurino in un avviso di trasparenza, insieme con l'identità dello sponsor e, **ove applicabile, l'entità che in ultima istanza controlla lo sponsor** a beneficio della rendicontabilità del processo politico. Dovrebbe altresì essere chiaramente indicato il luogo di stabilimento dello sponsor e se lo sponsor è una persona fisica o giuridica. Nell'avviso di trasparenza non dovrebbero figurare i dati personali delle persone che hanno concorso alla pubblicità politica e che non hanno legami con lo sponsor né con altri attori politici coinvolti. L'avviso di trasparenza dovrebbe altresì contenere informazioni sul periodo di diffusione, sulle elezioni connesse, sugli importi spesi e sul valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale del messaggio pubblicitario in questione come dell'intera campagna pubblicitaria, sulla fonte dei finanziamenti utilizzati e altre informazioni che garantiscano l'equità della diffusione del messaggio di pubblicità politica. Sono informazioni sulla fonte dei finanziamenti utilizzati ad esempio l'origine pubblica o privata o il fatto che provengano dall'interno o dall'esterno dell'Unione europea. Tra le informazioni sulle elezioni o sui referendum connessi dovrebbe figurare, ove possibile, un link alle informazioni emanate da fonti ufficiali concernenti l'organizzazione e le modalità di partecipazione, ovvero la promozione della partecipazione, a dette elezioni o referendum. **L'avviso di trasparenza dovrebbe essere disponibile immediatamente al momento della pubblicazione o diffusione della pubblicità e le informazioni ivi presentate dovrebbero essere mantenute aggiornate, se del caso.** L'avviso di trasparenza dovrebbe inoltre indicare come vanno contrassegnati i messaggi di pubblicità politica in conformità della procedura stabilita nel presente regolamento. Tale requisito non dovrebbe pregiudicare le disposizioni di notifica di cui agli articoli 14, 15 e 19 del regolamento (UE) 2022[...]XXX [normativa sui servizi digitali]. **I prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero compiere sforzi ragionevoli per garantire che le informazioni siano complete e accurate.**

- (40) Le informazioni da includere nell'avviso di trasparenza dovrebbero figurare direttamente nel messaggio pubblicitario o essere facilmente reperibili grazie a un'indicazione ivi contenuta. **La presentazione delle informazioni può variare in funzione dei mezzi utilizzati. Al fine di reperire facilmente le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza nella pubblicità offline, si potrebbe ricorrere ad esempio a un link dedicato alla pagina web, a un codice di risposta rapida (o "codice QR") o a misure tecniche equivalenti di facile uso.**

Il requisito per cui le informazioni sull'avviso di trasparenza debbano essere, tra altre cose, evidenti dovrebbe implicare che sia dato loro risalto nel messaggio pubblicitario o contestualmente ad esso. Il requisito per cui le informazioni pubblicate nell'avviso di trasparenza debbano essere facilmente fruibili e, se tecnicamente fattibile, leggibili da dispositivo automatico e di facile uso dovrebbe implicare che rispondano alle esigenze delle persone con disabilità. L'allegato I della direttiva (UE) 2019/882 (atto europeo sull'accessibilità) declina requisiti di accessibilità per le informazioni, tra cui le informazioni digitali che sarebbe opportuno utilizzare per agevolare l'accesso delle persone con disabilità alle informazioni sulla pubblicità politica.

- (41) È opportuno predisporre avvisi di trasparenza che sensibilizzino l'utente e contribuiscano a identificare chiaramente un messaggio di pubblicità politica come tale. Dovrebbero essere concepiti in modo da non scomparire, **ove tecnicamente possibile**, o da restare accessibili anche quando il messaggio di pubblicità politica è ulteriormente diffuso, ad esempio quando viene postato su un'altra piattaforma o inoltrato tra singoli individui. Le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza dovrebbero essere pubblicate quando inizia la pubblicazione del messaggio di pubblicità politica **e fino alla fine della sua [...](pubblicazione[...]. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero conservare e rendere disponibili su richiesta gli avvisi di trasparenza ed eventuali modifiche per un periodo di cinque anni dopo l'ultima pubblicazione.** Le informazioni conservate dovrebbero riguardare anche i messaggi di pubblicità politica cui l'editore ha posto fine o che ha cancellato. **I prestatori di servizi di pubblicità politica che non sono piattaforme online di dimensioni molto grandi ai sensi del regolamento (UE) 2022/XXX [normativa sui servizi digitali] dovrebbero poter decidere quale formato utilizzare per conservare tali informazioni.**

- (42) In quanto mettono a disposizione del pubblico messaggi di pubblicità politica, gli editori di pubblicità politica dovrebbero pubblicare o diffondere dette informazioni contestualmente alla pubblicazione o diffusione del messaggio di pubblicità politica. Qualora gli editori di pubblicità politica vengano a conoscenza del fatto che un messaggio di pubblicità politica non soddisfa gli obblighi di trasparenza di cui al presente regolamento, ad esempio a seguito di una segnalazione individuale, dovrebbero compiere quanto è ragionevolmente in loro potere per soddisfare gli obblighi di cui al presente regolamento. Qualora non sia possibile completare o correggere le informazioni senza indebito ritardo, gli editori di pubblicità politica non dovrebbero rendere pubblici i messaggi di pubblicità politica che non osservano gli obblighi di trasparenza prescritti dal presente regolamento, o dovrebbero interromperne la pubblicazione o la diffusione. In tale situazione, gli editori di pubblicità politica dovrebbero informare i prestatori di servizi di pubblicità politica interessati e, se del caso, lo sponsor delle misure ragionevoli adottate per soddisfare gli obblighi di cui al presente regolamento. L'editore di pubblicità politica dovrebbe essere incoraggiato a informare il prestatore di servizi di pubblicità politica in merito ai mezzi di ricorso.
- (42 bis) Qualora lo sponsor o i prestatori di servizi di pubblicità politica vengano a conoscenza del fatto che le informazioni trasmesse o pubblicate dall'editore di pubblicità politica sono incomplete o inesatte, essi dovrebbero contattare senza indebito ritardo l'editore di pubblicità politica interessato e trasmettere a quest'ultimo informazioni complete o corrette.
- (42 ter) Gli accordi contrattuali possono includere una clausola che consenta di addebitare un contributo spese ragionevole per le misure adottate per correggere o completare le informazioni.
- (42[...].quater) Nel conformarsi a tali obblighi, i prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero agire in modo imparziale e nel debito rispetto dei diritti fondamentali e di altri diritti nonché di altri interessi legittimi. I prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero in particolare tenere debitamente conto della libertà di espressione e dell'accesso all'informazione, compresi la libertà e il pluralismo dei media.

- (42[...]*quinquies*)** Inoltre gli editori di pubblicità politica che sono piattaforme online di dimensioni molto grandi ai sensi del regolamento (UE) 202[...]**2/XXX** [normativa sui servizi digitali] dovrebbero mettere a disposizione le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza, **in tempo reale**, tramite i registri della pubblicità pubblicati a norma dell'articolo 30 del medesimo regolamento. **È opportuno prevedere una maggiore granularità degli obblighi di trasparenza stabiliti per i registri di cui all'articolo 30 del regolamento (UE) 2021/XX [normativa sui servizi digitali]. Ciò riguarda in particolare le informazioni sui messaggi di pubblicità politica rimossi e il motivo della rimozione. Inoltre, le piattaforme online di dimensioni molto grandi possono pubblicare altre informazioni relative all'influenza della pubblicità, comprese le informazioni sul tasso di clic. Altri prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero essere incoraggiati a istituire analoghi registri di messaggi di pubblicità politica.** Ne risulterà agevolato il lavoro degli attori interessati, tra cui i ricercatori nel loro ruolo specifico di sostegno ad elezioni o referendum liberi ed equi e a campagne elettorali eque, specie quando esaminano gli sponsor e analizzano il contesto del messaggio di pubblicità politica.
- (43) Per avere la certezza che, nei casi in cui il prestatore di servizi di pubblicità politica che ospita o altrimenti conserva e fornisce i contenuti di un messaggio di pubblicità politica sia diverso dal prestatore di servizi di pubblicità politica che controlla il sito web o altra interfaccia che da ultimo [...] **presenta** il messaggio, sia predisposta l'etichettatura e siano resi disponibili l'avviso di trasparenza e le pertinenti informazioni, è opportuno che entrambi i prestatori siano considerati congiuntamente editori di pubblicità politica, rispettivamente responsabili dei servizi specifici che forniscono. I loro accordi contrattuali dovrebbero specificare in che modo è garantita la conformità al presente regolamento.

- (44) Le informazioni sugli importi spesi e sul valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale di servizi di pubblicità politica possono contribuire utilmente al dibattito politico. È pertanto necessario che sia possibile desumere un quadro adeguato delle attività di pubblicità politica dalle relazioni annuali predisposte dai pertinenti prestatori di [...]servizi di pubblicità politica. Nell'interesse del controllo e della rendicontabilità, queste relazioni dovrebbero contenere informazioni sui costi di targeting o amplificazione della pubblicità politica nel periodo interessato, aggregati alla campagna o al candidato. Onde evitare oneri sproporzionati, è opportuno che tali obblighi di trasparenza non gravino sulle imprese che rientrano nei criteri di cui all'articolo 3, paragrafi 1, 2 e [...]3, della direttiva 2013/34/UE.
- (45) Gli editori che prestano servizi di pubblicità politica dovrebbero mettere in atto meccanismi di cui chiunque possa avvalersi per segnalare che un determinato messaggio di pubblicità politica di loro pubblicazione non è conforme al presente regolamento. I meccanismi per segnalare questo tipo di messaggio dovrebbero essere di facile uso, facilmente fruibili e adattati alla forma di pubblicità distribuita dall'editore. Nella misura del possibile dovrebbero essere accessibili dal messaggio stesso, ad esempio dal sito web dell'editore. **Ove necessario, gli editori di pubblicità politica dovrebbero mettere in atto misure tecniche per garantire norme minime di sicurezza relative alle tecnologie dell'informazione, comprese misure di protezione contro la notifica automatizzata.** Gli editori di pubblicità politica dovrebbero potersi avvalere di meccanismi esistenti, se del caso. **Ad esempio**, se gli editori di pubblicità politica sono prestatori di servizi di hosting ai sensi della normativa sui servizi digitali, **alle segnalazioni di non conformità al presente regolamento** dei messaggi di pubblicità politica ospitati su richiesta dei destinatari dei loro servizi, **gli editori di pubblicità politica possono avvalersi del meccanismo di notifica da essi predisposto a norma dell'articolo 14 della normativa sui servizi digitali.** [...]

(45 bis) Gli editori di pubblicità politica [...]dovrebbero [...]compiere sforzi ragionevoli per dar corso in modo [...] diligente e obiettivo e senza indebito ritardo alle segnalazioni ricevute a norma del paragrafo[...]del presente regolamento[...]. Qualora una segnalazione contenga informazioni sufficienti per consentire a un editore di pubblicità politica diligente di individuare, senza un esame dettagliato, che un'informazione è mancante o inesatta, si dovrebbe ritenere che l'editore di pubblicità politica sia a conoscenza dell'inesattezza o dell'incompletezza e detto editore dovrebbe agire senza indebito ritardo contattando i pertinenti prestatori di servizi e, se del caso, lo sponsor. L'editore di pubblicità politica dovrebbe informare l'autore della segnalazione [...] del seguito dato alla segnalazione [...]. [...],[...]

(45 ter) Al fine di garantire l'efficacia degli obblighi di trasparenza durante un'elezione o un referendum, nell'ultimo mese che precede l'elezione o il referendum gli editori di pubblicità politica dovrebbero dare corso entro 48 ore a ogni segnalazione ricevuta in merito a un messaggio pubblicitario collegato a tale elezione o referendum, contattando i [...] prestatori di servizi di pubblicità politica interessati e, se del caso, lo sponsor.

(45 quater) Qualsiasi azione intrapresa da un editore di pubblicità politica dovrebbe essere rigorosamente mirata, nel senso che dovrebbe servire a correggere, completare o rimuovere specifiche informazioni non conformi al presente regolamento, nel debito rispetto della libertà di espressione e di informazione e di altri diritti fondamentali.

- (46) Onde permettere a soggetti specifici di assolvere il ruolo che compete loro in democrazia, è opportuno stabilire norme sulla trasmissione delle informazioni pubblicate insieme ai messaggi di pubblicità politica o contenute nell'avviso di trasparenza ad attori interessati come ricercatori abilitati, giornalisti, organizzazioni della società civile e osservatori elettorali [...] **riconosciuti**, così da sostenerne il ruolo rispettivo nel processo democratico. Non dovrebbe essere fatto obbligo ai prestatori di servizi di pubblicità politica di rispondere a richieste manifestamente infondate, **poco chiare** o eccessive. Dovrebbe anzi essere permesso al prestatore di servizi in questione di addebitare un contributo spese ragionevole per le richieste [...] onerose, che tenga conto dei costi amministrativi connessi alla trasmissione delle informazioni.

- (47) Per indirizzare messaggi politici a gruppi, singoli elettori o privati cittadini e amplificarne l'impatto, nel raggruppare le persone in funzione dei loro presunti interessi, dalle loro attività online e con profilazione comportamentale e altre analisi, è sempre più diffuso l'uso di dati personali raccolti direttamente presso gli interessati o indirettamente come i dati desunti. Trattando dati personali, in particolare **precise categorie di dati personali** [...] ai sensi del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio⁴ e del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio⁵, è possibile segmentare diversi gruppi elettorali o di privati cittadini e sfruttarne le caratteristiche o vulnerabilità, ad esempio diffondendo messaggi di pubblicità politica in momenti e luoghi ad hoc per trarre vantaggio da situazioni in cui potrebbe essere più acuta la sensibilità a un certo tipo di informazione/messaggio. Tutto ciò genera un impatto specifico e negativo sui diritti e sulle libertà fondamentali dei cittadini con riguardo al trattamento dei loro dati personali e alla libertà di ricevere informazioni obiettive, farsi un'opinione, prendere decisioni politiche ed esercitare il diritto di voto, ed incide negativamente sul processo democratico. È pertanto opportuno dettare ulteriori limitazioni e condizioni rispetto al regolamento (UE) 2016/679 e al regolamento (UE) 2018/1725.
- Le condizioni che il presente regolamento impone all'uso di tecniche di targeting e amplificazione che comportano il trattamento di dati personali in ambito di pubblicità politica dovrebbero essere basate sull'articolo 16 TFUE.

⁴ Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 1).

⁵ Regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2018, sulla tutela delle persone fisiche in relazione al trattamento dei dati personali da parte delle istituzioni, degli organi e degli organismi dell'Unione e sulla libera circolazione di tali dati, e che abroga il regolamento (CE) n. 45/2001 e la decisione n. 1247/2002/CE (GU L 295 del 21.11.2018, pag. 39).

- (48) **È** opportuno vietare le tecniche di targeting e amplificazione in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento dei dati personali di cui all'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725. L'uso di tali tecniche dovrebbe essere autorizzato soltanto quando a ricorrervi **sono i** titolari del trattamento, o altri per **loro** conto, con il consenso esplicito dell'interessato o nell'ambito delle sue legittime attività e con adeguate garanzie, o una fondazione, associazione o altro organismo senza scopo di lucro che persegua finalità politiche, filosofiche, religiose o sindacali, a condizione che il trattamento riguardi unicamente i membri, gli ex membri o le persone che hanno regolari contatti con la fondazione, l'associazione o l'organismo a motivo delle sue finalità e che i dati personali non siano comunicati all'esterno senza il consenso dell'interessato. Il tutto dovrebbe essere corredato di salvaguardie specifiche. Per consenso si dovrebbe intendere il consenso ai sensi del regolamento (UE) 2016/679 e del regolamento (UE) 2018/1725. Pertanto non dovrebbe essere possibile invocare le eccezioni di cui all'articolo 9, paragrafo 2, lettere b), c), e), f), g), h), i) e j), del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 2, lettere b), c), e), f), g), h), i) e j), del regolamento (UE) 2018/1725 per il ricorso a tecniche di targeting e amplificazione per pubblicare, promuovere o diffondere pubblicità politica, che comportano il trattamento dei dati personali di cui all'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/725 (1), e all'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/725.]

- (49) A fini di una maggiore trasparenza e responsabilità, quando fanno uso di tecniche di targeting e amplificazione in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento di dati personali, i titolari del trattamento dovrebbero applicare garanzie supplementari. **Tali garanzie supplementari dovrebbero integrare le garanzie esistenti, comprese quelle relative al processo decisionale automatizzato conformemente all'articolo 24 del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 26 del regolamento (UE) 2018/1725.**
- Dovrebbero adottare e applicare un documento di strategia che descriva l'uso di tali tecniche finalizzato a prendere di mira certe persone o amplificare l'impatto, e tenere traccia delle attività pertinenti. Quando pubblicano, promuovono o diffondono un messaggio di pubblicità politica avvalendosi di tecniche di targeting e amplificazione, i titolari del trattamento dovrebbero trasmettere, contestualmente al messaggio di pubblicità politica, informazioni significative per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche, compreso se il targeting del messaggio sia stato ulteriormente ottimizzato nella fase di consegna.
- (50) Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono di tecniche di targeting o amplificazione dovrebbero includere nell'avviso di trasparenza le informazioni necessarie per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche, e **un'indicazione chiara, ad esempio un link a un sito web, di dove si possa reperire facilmente** [...] [...] la strategia dei titolari del trattamento.
- (50 bis)** Se diversi dall'editore di pubblicità politica, i titolari del trattamento dovrebbero trasmettere all'editore il documento di strategia interna [...] **e garantire che le informazioni necessarie siano comunicate a quest'ultimo. Le informazioni dovrebbero essere trasmesse in modo tempestivo e accurato.**
- (50 ter)** I prestatori di servizi pubblicitari dovrebbero trasmettere all'editore di pubblicità politica le informazioni per conformarsi agli obblighi prescritti dal presente regolamento[...]. Tali informazioni potrebbero essere trasmesse con processo automatizzato e integrato nei processi operativi ordinari sulla base di regole.

- (51) Affinché gli interessati possano disporre di ancor più poteri di esercizio dei propri diritti di protezione dei dati, è opportuno che gli editori di pubblicità politica forniscano loro informazioni supplementari e strumenti efficaci per sostenere l'esercizio dei diritti conferiti dal quadro giuridico dell'UE sulla protezione dei dati, anche per opporsi o revocare il proprio consenso se sono il target di un messaggio di pubblicità politica. Dovrebbe inoltre essere possibile accedere facilmente a queste informazioni direttamente dall'avviso di trasparenza. Gli strumenti messi a disposizione degli interessati per sostenerne l'esercizio dei diritti dovrebbero essere effettivi e impedire che messaggi di pubblicità politica prendano di mira una data persona e che uno o più titolari del trattamento applichino targeting basati su criteri specifici.
- (52) La Commissione dovrebbe incoraggiare l'elaborazione dei codici di condotta di cui all'articolo 40 del regolamento (UE) 2016/679 a sostegno dell'esercizio dei diritti degli interessati in questo ambito.
- (53) Le informazioni obbligatorie a norma di tutte le disposizioni del presente regolamento applicabili alle tecniche di targeting e amplificazione dovrebbero essere in formato facilmente fruibile, chiaramente visibili e di facile uso e formulate con linguaggio semplice.
- (54) È opportuno stabilire norme sulla trasmissione di informazioni sul targeting ad altri soggetti interessati. Il regime applicabile dovrebbe essere coerente con il regime di trasmissione delle informazioni connesso agli obblighi di trasparenza.
- (55) I prestatori di servizi di pubblicità politica stabiliti in un paese terzo che offrono servizi nell'Unione dovrebbero designare un rappresentante legale nell'Unione con il mandato di assicurare il controllo efficace del presente regolamento in relazione a detti prestatori. Potrebbe fungere da rappresentante legale il rappresentante designato in virtù dell'articolo 27 del regolamento (UE) 2016/679 o il rappresentante legale designato in virtù dell'articolo 11 del regolamento (UE) 2022[...]/xxx
[normativa sui servizi digitali].

- (56) Nell'interesse di un controllo efficace del presente regolamento, è necessario affidare ad autorità di controllo l'incarico di monitorare e far rispettare le norme pertinenti. In funzione del sistema giuridico di ogni Stato membro e nel rispetto del vigente diritto dell'Unione, compreso il regolamento (UE) 2016/679 e il regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali], a tal fine possono essere designate autorità giudiziarie o amministrative nazionali diverse.
- (57) Ai fini del controllo dei servizi intermediari online a norma del presente regolamento, gli Stati membri dovrebbero designare autorità competenti e assicurare che il controllo che quelle esercitano sia coerente con il controllo delle autorità competenti designate a norma dell'articolo 38 del regolamento (UE) xxxx [normativa sui servizi digitali]. In ogni Stato membro i coordinatori dei servizi digitali di cui al regolamento (UE) xxx [normativa sui servizi digitali] dovrebbero essere comunque incaricati del coordinamento a livello nazionale di questi aspetti e avviare, ove necessario, la cooperazione transfrontaliera con altri coordinatori dei servizi digitali secondo i meccanismi stabiliti nel regolamento (UE) xxx [normativa sui servizi digitali]. Ai fini dell'applicazione del presente regolamento questo meccanismo dovrebbe limitarsi alla cooperazione nazionale tra coordinatori dei servizi digitali, senza sconfinare a livello dell'Unione come prevede il regolamento (UE) xxx [normativa sui servizi digitali].
- (58) Gli Stati membri dovrebbero designare autorità competenti per il controllo di quegli aspetti del presente regolamento che non rientrano tra le competenze delle autorità di controllo di cui al regolamento (UE) 2016/679 e al regolamento (UE) 2018/1725. Per tutelare la difesa dei diritti e delle libertà fondamentali, dello Stato di diritto, dei principi democratici e della fiducia del pubblico nel controllo della pubblicità politica, è necessario che queste autorità siano strutturalmente indipendenti da interventi esterni o pressioni politiche e godano di poteri adeguati per monitorare efficacemente e prendere i provvedimenti necessari a garantire il rispetto del presente regolamento, in particolare degli obblighi di cui all'articolo 7. Gli Stati membri possono designare, in particolare, le autorità o gli organismi nazionali di regolamentazione di cui all'articolo 30 della direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio⁶.

⁶ Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) (GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1).

- (59) Se già vigono norme di diritto dell'Unione sulla comunicazione di informazioni alle autorità competenti e sulla cooperazione con e tra dette autorità, come l'articolo 9 del regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali] o le pertinenti disposizioni del regolamento (UE) 2016/679, tali norme dovrebbero applicarsi *mutatis mutandis* alle pertinenti disposizioni del presente regolamento.
- (60) È opportuno che le competenti autorità incaricate del controllo del presente regolamento cooperino a livello nazionale e dell'UE utilizzando al meglio le strutture esistenti, comprese le reti nazionali di cooperazione, la rete europea di cooperazione in materia elettorale di cui alla raccomandazione C(2018) 5949 final e il gruppo dei regolatori europei per i servizi di media audiovisivi istituito con direttiva 2010/13/UE. Tale cooperazione dovrebbe agevolare lo scambio rapido e sicuro di informazioni su questioni connesse all'esercizio delle funzioni di controllo ed esecuzione conferite loro dal presente regolamento, anche individuando insieme le violazioni, condividendo risultati e competenze e lavorando in stretto collegamento sull'applicazione ed esecuzione delle norme pertinenti.

(61) Al fine di agevolare l'effettiva applicazione degli obblighi prescritti dal presente regolamento, è necessario che le autorità nazionali abbiano facoltà di chiedere ai prestatori di servizi informazioni sulla trasparenza dei messaggi di pubblicità politica. Le informazioni da trasmettere alle autorità competenti potrebbero riguardare una campagna pubblicitaria, essere aggregate per anno o vertere su messaggi pubblicitari specifici. Affinché le richieste di tali informazioni possano essere evase con efficienza ed efficacia e i prestatori di servizi di pubblicità politica non debbano sostenere oneri sproporzionati, è necessario stabilire precise condizioni cui conformare tali richieste. Ai fini del controllo tempestivo di un processo elettorale in particolare, i prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero rispondere rapidamente alle richieste delle autorità competenti, e comunque sempre entro [...] **dieci** giorni lavorativi dacché le ricevono. **Nel corso dell'ultimo mese della campagna elettorale, si dovrebbe ritenere che la violazione di tali disposizioni abbia gravi**

ripercussioni negative sui diritti dei cittadini e pertanto i prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero fornire le informazioni richieste entro 48 ore.

Nell'interesse della certezza del diritto e nel rispetto dei diritti della difesa, le richieste di informazioni emananti da un'autorità competente dovrebbero contenere un'adeguata motivazione e informazioni sui mezzi di ricorso disponibili. I prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero designare punti di contatto affinché interagiscano con le autorità competenti. Tali punti di contatto potrebbero essere elettronici.

(62) Gli Stati membri dovrebbero designare un punto di contatto a livello dell'Unione ai fini del presente regolamento. Il punto di contatto dovrebbe essere, nella misura del possibile, membro della rete europea di cooperazione in materia elettorale. Dovrebbe facilitare la cooperazione tra le autorità competenti degli Stati membri nelle loro funzioni di controllo ed esecuzione, in particolare fungendo da intermediario tra i punti di contatto di altri Stati membri e le autorità competenti del proprio.

- (63) Le autorità degli Stati membri dovrebbero garantire che l'inosservanza degli obblighi dettati dal presente regolamento sia punita con sanzioni amministrative pecuniarie o sanzioni finanziarie. A tal fine dovrebbero tenere conto della natura, della gravità, della reiterazione e della durata dell'inosservanza, visto l'obiettivo di interesse generale perseguito, la portata e il tipo di attività svolte, e della capacità economica dell'autore dell'inosservanza. Dato il contesto è opportuno tenere conto del ruolo cruciale svolto dagli obblighi di cui all'articolo 7 per il perseguimento efficace degli obiettivi del presente regolamento. Dovrebbero inoltre considerare se il prestatore di servizi di pubblicità politica interessato omette sistematicamente o ripetutamente di adempiere gli obblighi derivanti dal presente regolamento, ad esempio ritardando la trasmissione di informazioni a soggetti interessati, e se eventualmente opera in più Stati membri. Le sanzioni finanziarie e le sanzioni amministrative pecuniarie sono in ogni singolo caso effettive, proporzionate e dissuasive, corredate di debite garanzie procedurali sufficienti e accessibili, in particolare per garantire che il dibattito politico rimanga aperto e accessibile.
- (64) L'esercizio da parte delle autorità competenti dei poteri attribuiti loro dal presente regolamento dovrebbe essere soggetto a garanzie procedurali adeguate in conformità del diritto dell'Unione e del diritto nazionale, inclusi il ricorso giurisdizionale effettivo e il giusto processo.
- (65) Gli Stati membri dovrebbero pubblicare con sufficiente anticipo rispetto all'inizio del calendario elettorale la durata esatta dei periodi elettorali stabiliti in base alle loro tradizioni elettorali.

- (66) Al fine di conseguire gli obiettivi del presente regolamento, è opportuno delegare alla Commissione il potere di adottare atti conformemente all'articolo 290 del trattato riguardo all'articolo 7, paragrafo 7, per meglio specificare la forma in cui dovranno essere fornite le informazioni negli avvisi di trasparenza di cui a quell'articolo; e riguardo all'articolo 12, paragrafo 8, per precisare meglio la forma in cui dovranno essere fornite le informazioni sul targeting. È di particolare importanza che la Commissione svolga adeguate consultazioni, anche a livello degli esperti designati dagli Stati membri, nel rispetto dei principi stabiliti nell'accordo interistituzionale "Legiferare meglio" del 13 aprile 2016. In particolare, al fine di garantire la parità di partecipazione alla preparazione degli atti delegati, il Parlamento europeo e il Consiglio ricevono tutti i documenti contemporaneamente agli esperti degli Stati membri, e i loro esperti hanno sistematicamente accesso alle riunioni dei gruppi di esperti della Commissione incaricati della preparazione di tali atti delegati.
- (67) Entro due anni da ciascuna elezione del Parlamento europeo è opportuno che la Commissione presenti una relazione di valutazione e sul riesame del presente regolamento. Nel preparare la relazione la Commissione dovrebbe tener conto dell'attuazione del presente regolamento anche rispetto ad altre elezioni e referendum organizzati nell'Unione. La relazione dovrebbe riesaminare, tra l'altro, il permanere dell'adeguatezza degli allegati del presente regolamento e valutare se sia opportuna una revisione.
- (68) Il regolamento (UE, EURATOM) n. 1141/2014 relativo allo statuto e al finanziamento dei partiti politici europei e delle fondazioni politiche europee prevede obblighi complementari sull'uso della pubblicità politica a opera dei partiti politici europei.

- (69) Poiché gli obiettivi del presente regolamento, vale a dire contribuire al corretto funzionamento del mercato interno della pubblicità politica e servizi connessi e stabilire norme sull'uso del targeting ai fini della pubblicazione e diffusione di messaggi di pubblicità politica, non possono essere conseguiti in misura sufficiente dagli Stati membri ma possono essere conseguiti meglio a livello di Unione, quest'ultima può adottare il presente regolamento in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 TUE. Il presente regolamento si limita a quanto è necessario per conseguire tali obiettivi in ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo.
- (70) Il presente regolamento lascia impregiudicate le norme stabilite nella direttiva 2000/31/CE, in particolare le norme relative alla responsabilità dei prestatori intermediari di servizi di cui agli articoli da 12 a 15 della medesima direttiva modificata dal regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali], nel regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui mercati digitali], nella direttiva 2002/58/CE e nel regolamento (UE) XXX [regolamento ePrivacy], nella direttiva (UE) 2010/13, nella direttiva 2000/31/CE, nella direttiva 2002/58/CE, nella direttiva 2005/29/CE, nella direttiva 2011/83/UE, nella direttiva 2006/114/CE, nella direttiva 2006/123/CE e nel regolamento (UE) 2019/1150.
- (71) Conformemente all'articolo 42, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725, il Garante europeo della protezione dei dati è stato consultato e ha formulato il suo parere il XX XX 2022,

HANNO ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

CAPO I – DISPOSIZIONI GENERALI

Articolo 1

Oggetto e [...] obiettivi

1. Il presente regolamento stabilisce:

- a) obblighi di trasparenza armonizzati a carico dei prestatori di servizi di pubblicità politica e servizi connessi, in materia di conservazione, divulgazione e pubblicazione delle informazioni connesse alla prestazione di tali servizi;
- b) norme armonizzate sull'uso delle tecniche di targeting e amplificazione nell'ambito della pubblicazione, diffusione o promozione di pubblicità politica, che comportano il trattamento di dati personali.

[...]

[...] **2.** Gli obiettivi del presente regolamento sono:

- a) contribuire al corretto funzionamento del mercato interno della pubblicità politica e servizi connessi;
- b) tutelare le persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali.

[...]

Articolo 1 bis

Ambito di applicazione

1. Il presente regolamento si applica alla pubblicità politica preparata, collocata, promossa, pubblicata o diffusa nell'Unione, o rivolta a privati in uno o più Stati membri, indipendentemente dal luogo di stabilimento del prestatore di servizi di pubblicità politica e dai mezzi utilizzati.
2. Il presente regolamento non pregiudica il contenuto della pubblicità politica né le norme dell'Unione o degli Stati membri che disciplinano la presentazione della pubblicità politica, i periodi elettorali e la conduzione di campagne politiche.

3. Il presente regolamento lascia impregiudicate le norme stabilite negli atti seguenti:

- a) direttiva 2000/31/CE;**
- b) direttiva 2002/58/CE e regolamento (UE) XXX [regolamento ePrivacy];**
- c) direttiva 2005/29/CE;**
- d) direttiva 2006/114/CE;**
- e) direttiva 2006/123/CE;**
- f) direttiva (UE) 2010/13;**
- g) direttiva 2011/83/UE;**
- h) regolamento (UE) 2019/1150;**
- i) [regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali]].**

Articolo 2

Definizioni

Ai fini del presente regolamento si applicano le definizioni seguenti:

1. "servizio": qualsiasi attività economica non salariata, di cui all'articolo 57 TFUE, fornita normalmente dietro retribuzione;

2. "pubblicità politica": la preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione o diffusione, con qualsiasi mezzo, di un messaggio:
- a) di, a favore o per conto di un attore politico, salvo se di natura meramente privata o meramente commerciale; o
 - b) che possa **e sia inteso a** influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto.

Non sono incluse le opinioni politiche espresse sotto la responsabilità editoriale di un prestatore di servizi[...] su qualunque mezzo di comunicazione, [...] a meno che il prestatore di servizi sia stato remunerato per l'opinione politica espressa;

3. "messaggio di pubblicità politica": un caso di pubblicità politica **indipendentemente dal mezzo utilizzato per la pubblicazione o la diffusione;**
4. "attore politico": uno qualsiasi dei soggetti seguenti:
- a) un partito politico ai sensi dell'articolo 2, punto 1, del regolamento (UE, EURATOM) n. 1141/2014 o un'entità collegata [...] a[...] detto partito politico;
 - b) un'alleanza politica ai sensi dell'articolo 2, punto 2, del regolamento (UE, EURATOM) n. 1141/2014;
 - c) un partito politico europeo ai sensi dell'articolo 2, punto 3, del regolamento (UE, EURATOM) n. 1141/2014;
 - d) un candidato a una carica elettiva o un titolare di una carica elettiva a livello [...] **dell'Unione**, nazionale, regionale e locale o [...] **un candidato a** una posizione di leadership all'interno di un partito politico;

[...]

- f) un membro **delle istituzioni dell'Unione, ad eccezione della Corte di giustizia dell'Unione europea, della Banca centrale europea e della Corte dei conti, o di un governo [...]degli Stati membri** a livello nazionale, regionale o locale;
- g) un'organizzazione di campagne politiche dotata o meno di personalità giuridica, istituita per **influenzare il risultato di** [...] elezioni o [...] referendum;
- h) la persona fisica o giuridica che rappresenta o agisce per conto di una delle persone o organizzazioni di cui alle lettere da a) a g) [...] **e che ne promuove** gli obiettivi politici.

5. "servizio di pubblicità politica": un servizio che offre pubblicità politica, diverso da un servizio intermedio online ai sensi dell'articolo 2, lettera f), del regolamento (UE) 202[...]**2/XXX** [normativa sui servizi digitali], fornito senza considerare la collocazione, **promozione**, pubblicazione o diffusione del messaggio specifico;

5 bis. "prestatore di servizi di pubblicità politica": una persona fisica o giuridica che fornisce servizi di pubblicità politica, ad eccezione dei servizi puramente accessori.

6. "campagna di pubblicità politica": la preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione o diffusione di una serie di messaggi **di pubblicità politica** collegati per la durata di un contratto di pubblicità politica, sulla base di una preparazione o sponsorizzazione o di un finanziamento comune;

7. "sponsor": la persona fisica o giuridica per conto della quale è preparato, collocato, **promosso**, pubblicato o diffuso un messaggio di pubblicità politica;

8. "tecniche di targeting [...]": le tecniche usate per rivolgere solo a una persona specifica o a un gruppo specifico di persone un messaggio di pubblicità politica concepito su misura [...];

8 bis. "tecniche di amplificazione": le tecniche usate per aumentare la diffusione, la portata o la visibilità di un messaggio di pubblicità politica;

9. "periodo elettorale": il periodo precedente, immediatamente successivo o contestuale a un'elezione o a un referendum in uno Stato membro durante il quale le attività di campagna elettorale sono soggette alle norme specifiche dello Stato membro;
10. "elettorato rilevante": l'insieme degli aventi diritto di voto all'elezione o al referendum indetti nello Stato membro in cui [...] il messaggio di pubblicità politica è pubblicato o diffuso, che può corrispondere all'intero elettorato di quello Stato membro;
11. "editore di pubblicità politica": un prestatore di servizi di pubblicità politica che pubblica o diffonde pubblicità [...] con qualsiasi mezzo;
12. "titolare del trattamento": il titolare del trattamento ai sensi dell'articolo 3 [...], punto 8 [...], del regolamento (UE) 2016/679 o dell'articolo 4, punto 8, del regolamento (UE) 2018/1725, a seconda dei casi.

Ai fini del primo comma, non configurano pubblicità politica i messaggi di cui al punto 2 emanati da fonti ufficiali e concernenti esclusivamente l'organizzazione e le modalità di partecipazione a elezioni o referendum, ovvero la promozione della partecipazione a elezioni o referendum.

Articolo 2

Identificazione di un messaggio di pubblicità politica

Per determinare se un messaggio costituisce un messaggio di pubblicità politica ai sensi dell'articolo 2, punto 2, lettera b), si tiene conto di tutte le sue caratteristiche, in particolare dei seguenti fattori pertinenti:

- a) il contenuto del messaggio;
- b) lo sponsor del messaggio;
- c) il linguaggio utilizzato per convogliare il messaggio, i mezzi con cui il messaggio è promosso, pubblicato o diffuso e i suoi destinatari;
- d) il contesto in cui il messaggio è convogliato, compreso il periodo di diffusione, ad esempio periodo elettorale o referendario, e il processo legislativo o regolamentare;
- e) l'obiettivo del messaggio.

[...] Principio del mercato interno

1. Gli Stati membri non mantengono né introducono per motivi di trasparenza **della pubblicità politica** disposizioni o misure divergenti da quelle stabilite nel presente regolamento.
2. Non può essere vietata né limitata per motivi di trasparenza la prestazione di servizi di pubblicità politica conforme alle prescrizioni del presente regolamento.

CAPO II — OBBLIGHI DI TRASPARENZA PER I SERVIZI DI PUBBLICITÀ POLITICA

Articolo 4

Trasparenza dei servizi di pubblicità politica

- 1.** I servizi di pubblicità politica devono essere forniti in modo trasparente, in conformità degli obblighi di cui [...] **al capo II** del presente regolamento.
- 2.** **I prestatori di servizi di pubblicità politica provvedono affinché l'accordo contrattuale concluso per la prestazione di un servizio di pubblicità politica specifichi in che modo è garantita l'osservanza delle pertinenti disposizioni del presente regolamento.**

Articolo 5

Individuazione dei servizi di pubblicità politica

1. I prestatori di servizi pubblicitari chiedono agli sponsor e ai prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto di questi di dichiarare se il servizio pubblicitario richiesto configura servizio di pubblicità politica ai sensi dell'articolo 2, punto 5. Gli sponsor e i prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto di questi presentano tale dichiarazione in buona fede.
2. I prestatori di servizi di pubblicità politica provvedono affinché l'accordo contrattuale concluso per la prestazione di un servizio di pubblicità politica [...] **imponga allo sponsor o ai prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto di sponsor di fornire le pertinenti informazioni necessarie per conformarsi all'articolo 6, paragrafo 1. Tali informazioni sono trasmesse in modo [...] completo e accurato e senza indebito ritardo.**

- 3. In caso di dichiarazione o di informazioni manifestamente errate, i prestatori di servizi pubblicitari chiedono agli sponsor o ai prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto degli sponsor di correggere la loro dichiarazione. Gli sponsor o i prestatori di servizi pubblicitari che agiscono per conto degli sponsor effettuano tale correzione in modo completo e accurato e senza indebito ritardo.**

Articolo 6

Registri [...]

1. I prestatori di servizi di pubblicità politica conservano le informazioni raccolte nell'ambito dei servizi richiesti, concernenti:
 - a) il messaggio di pubblicità politica o la campagna di pubblicità politica cui sono connessi il servizio o i servizi;
 - b) il servizio o i servizi specifici **forniti nell'ambito della** pubblicità politica;
 - c) gli importi fatturati per il servizio o i servizi forniti e il valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale di detto servizio o servizi [...] **e le relative fonti;**
 - d) l'identità dello sponsor **del messaggio di pubblicità politica e, ove applicabile, dell'entità che in ultima istanza controlla lo sponsor** e [...] **i loro** dati di contatto [...] **nonché, per le persone giuridiche, il luogo di stabilimento; e**
 - e) **l'indicazione delle pertinenti elezioni o [...] referendum cui è connesso il messaggio di pubblicità politica, se del caso.**
2. Le informazioni di cui al paragrafo 1 sono in forma **scritta o** [...] elettronica. Dette informazioni sono conservate per un periodo di cinque anni dalla data dell'ultima preparazione, collocazione, **promozione**, pubblicazione o diffusione, a seconda dei casi.

[...]

Articolo 6 bis

Trasmissione di informazioni all'editore di pubblicità politica

1. I prestatori di servizi di pubblicità politica provvedono affinché le informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 1, siano comunicate in modo tempestivo, completo e accurato all'editore di pubblicità politica che pubblicherà o diffonderà il messaggio di pubblicità politica, perché possa adempiere agli obblighi imposti dal presente regolamento. I prestatori di servizi di pubblicità politica compiono quanto è ragionevolmente in loro potere per garantire che le informazioni conservate a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, siano complete e accurate.

Quando l'editore di pubblicità politica è l'unico prestatore di servizi di pubblicità politica, lo sponsor comunica tali informazioni all'editore di pubblicità politica.

2. I prestatori di servizi di pubblicità politica trasmettono tali informazioni contestualmente alla fornitura del servizio pertinente conformemente alle migliori pratiche e norme del settore, con processo automatizzato standard se tecnicamente fattibile.
3. I prestatori di servizi di pubblicità politica, quando vengono a conoscenza del fatto che le informazioni da essi trasmesse sono state aggiornate, provvedono affinché tali informazioni aggiornate siano comunicate all'editore di pubblicità politica interessato.

Obblighi di trasparenza per ciascun messaggio di pubblicità politica

1. **L'editore di pubblicità politica mette a disposizione** [...] in modo chiaro, ben visibile e privo di ambiguità, **insieme a ciascun messaggio di pubblicità politica**, le informazioni seguenti:
 - a) una dichiarazione attestante che si tratta di un messaggio di pubblicità politica;
 - b) l'identità dello sponsor del messaggio di pubblicità politica e, **ove applicabile**, dell'entità che in ultima istanza controlla lo sponsor;
 - c) un avviso di trasparenza che renda comprensibili il contesto più ampio in cui si situa il messaggio di pubblicità politica e i suoi obiettivi, oppure l'indicazione chiara di dove lo si possa reperire facilmente.

A tale riguardo, gli editori di pubblicità politica si avvalgono di tecniche di etichettatura efficienti e visibili, che permettano di identificare facilmente come tale un messaggio di pubblicità politica e di garantire che l'etichettatura permanga nell'eventualità che il messaggio di pubblicità politica sia ulteriormente diffuso.

2. L'avviso di trasparenza [...] comprende le seguenti informazioni:
 - a) **l'identità e il luogo di stabilimento** dello sponsor **e, ove applicabile, dell'entità che in ultima istanza controlla lo sponsor** e **i loro** dati di contatto;
 - b) il periodo durante il quale è prevista la pubblicazione e diffusione del messaggio pubblicitario [...];

- c) [...] **le** informazioni sugli importi aggregati spesi o altre prestazioni percepite **dai prestatori di servizi di pubblicità politica, compresi quelli percepiti dall'editore,** in cambio parziale o integrale [...] **dei servizi di pubblicità politica** per il messaggio pubblicitario in questione, e della campagna di pubblicità politica se del caso, e **le** relative fonti;
- d) **L'**indicazione delle elezioni o dei referendum cui è connesso il messaggio pubblicitario, se del caso;
- e) i link ai registri di pubblicità online **di cui al paragrafo 6**, se del caso;
- f) le informazioni su come avvalersi dei meccanismi di cui all'articolo 9, paragrafo 1;

f bis) le informazioni di cui all'articolo 12, paragrafo 4, se del caso.

[...] Le informazioni da includere nell'avviso di trasparenza sono comunicate riempiendo i campi dati specifici di cui all'allegato I.

2 bis. L'avviso di trasparenza deve essere incluso in ogni messaggio pubblicitario o essere comunque facilmente reperibile sin dalla prima pubblicazione e fino alla fine della [...] pubblicazione, e deve essere tenuto aggiornato. Gli avvisi di trasparenza devono essere in formato facilmente fruibile e, se tecnicamente fattibile, leggibili da dispositivo automatico, chiaramente visibili e di facile uso e formulati con linguaggio semplice.

3. Gli editori di pubblicità politica compiono quanto è ragionevolmente in loro potere per garantire che le informazioni di cui al paragrafo [...] 2 siano complete **e accurate**.
L'editore di pubblicità politica, se viene a conoscenza del fatto che le informazioni di cui al paragrafo [...] 2 sono incomplete o inesatte, dovrebbe compiere quanto è ragionevolmente in suo potere, eventualmente anche contattando lo sponsor o i prestatori di servizi interessati, al fine di completare o correggere le informazioni. Qualora non sia possibile completare o correggere le informazioni senza indebito ritardo, l'editore non rende disponibile il messaggio di pubblicità politica, o ne interrompe la pubblicazione o la diffusione, e informa il prestatore di servizi interessato e, se del caso, lo sponsor.
- Qualora lo sponsor o i prestatori di servizi di pubblicità politica vengano a conoscenza del fatto che le informazioni trasmesse all'editore di pubblicità politica o da esso pubblicate sono incomplete o inesatte, essi contattano senza indebito ritardo l'editore di pubblicità politica interessato e, se del caso, trasmettono a quest'ultimo informazioni complete o corrette.**

[...]

5. Gli editori di pubblicità politica conservano gli avvisi di trasparenza ed eventuali modifiche per un periodo di cinque anni [...] **dopo l'ultima pubblicazione**.
6. Gli editori di pubblicità politica che sono piattaforme online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 25 del regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali] provvedono affinché i registri che devono rendere disponibili al pubblico, **in tempo reale**, a norma dell'articolo 30 di detto regolamento [normativa sui servizi digitali] contengano le informazioni **aggiornate** di cui al paragrafo 2 **anche** per ogni messaggio di pubblicità politica registrato.

7. Gli Stati membri, comprese le autorità di controllo, e la Commissione incoraggiano l'elaborazione di codici di condotta destinati a contribuire alla corretta applicazione del presente articolo, che tengano conto delle specificità dei prestatori di servizi interessati e delle esigenze specifiche delle micro, piccole e medie imprese definite all'articolo 3 della direttiva 2013/34/UE.
8. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 19 al fine di modificare l'allegato I aggiungendo [...] o cambiando [...] elementi dell'elenco delle informazioni obbligatorie a norma del paragrafo 2 se, alla luce degli sviluppi tecnologici **della pertinente ricerca scientifica, degli sviluppi del controllo a opera di autorità competenti e degli orientamenti pertinenti emanati da organi competenti,** dette modifiche si rivelano necessarie alla comprensione del contesto più ampio in cui si situa il messaggio di pubblicità politica e dei suoi obiettivi.

Articolo 8

Relazioni periodiche sui servizi di pubblicità politica

1. [...] Gli editori **di pubblicità politica** includono nel bilancio di esercizio informazioni sugli importi fatturati o sul valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale di detti servizi, compreso l'uso di tecniche di targeting e amplificazione, aggregati per campagna, nell'ambito della loro relazione sulla gestione ai sensi dell'articolo 19 della direttiva 2013/34/UE.
2. Il paragrafo 1 non si applica alle imprese che rientrano nei criteri di cui all'articolo 3, paragrafi **1, 2 e 3**, della direttiva 2013/34/UE.

Articolo 9

Segnalazione di messaggi di pubblicità politica potenzialmente illeciti

- 1.** [...] Nel fornire servizi di pubblicità politica, gli editori mettono in atto meccanismi di cui **persone fisiche o giuridiche** possono avvalersi per segnalare, senza spese, che un determinato messaggio pubblicitario di loro pubblicazione non è conforme al presente regolamento.

- 2. [...]** Le informazioni su come segnalare un messaggio di pubblicità politica di cui al paragrafo 1 devono essere di facile suo e facilmente fruibili, anche a partire dall'avviso di trasparenza. Gli editori di pubblicità politica acconsentono a che le **segnalazioni** di cui al paragrafo 1 siano presentate con mezzi elettronici.
- 3.** **Gli editori di pubblicità politica compiono quanto è ragionevolmente in loro potere per dar corso in modo diligente e obiettivo e senza indebito ritardo alle segnalazioni ricevute a norma del paragrafo 1 contattando [...] il pertinente prestatore di servizi di pubblicità politica [...] e, se del caso, lo sponsor.**
- 4. [...]** Gli editori di pubblicità politica informano **senza indebito ritardo** [...] **le persone che hanno [...] effettuato la segnalazione [...]** del seguito dato alla segnalazione di cui al paragrafo 1 [...].
- 4 bis.** **Nell'ultimo mese che precede un'elezione o un referendum, gli editori di pubblicità politica che sono piattaforme online di dimensioni molto grandi ai sensi del regolamento (UE) 2022/XXX [normativa sui servizi digitali] danno corso entro 48 ore a ogni segnalazione ricevuta in merito a un messaggio pubblicitario collegato a tale elezione o referendum. [...]**
- 5. [...]** Segnalazioni di cui al paragrafo 1 ripetute e inerenti allo stesso messaggio pubblicitario o alla stessa campagna pubblicitaria possono ricevere una risposta collettiva, anche con riferimento a un messaggio pubblicitario sul sito web dell'editore di pubblicità politica interessato.

Trasmissione di informazioni alle autorità competenti

1. Le autorità nazionali competenti hanno facoltà di chiedere ai [...] prestatori di servizi di pubblicità politica di trasmettere le informazioni **di cui sono tenuti a disporre a norma degli** [...] articoli 6, 7 e 8. Le informazioni trasmesse [...] **sono** complete, accurate e affidabili e predisposte in forma comprensibile, chiara, coerente e consolidata. Se tecnicamente fattibile, le informazioni sono trasmesse in formato leggibile da dispositivo automatico.
- 1 bis.** La richiesta contiene gli elementi seguenti:
 - a) una motivazione dell'obiettivo per cui sono richieste le informazioni e delle ragioni per cui la richiesta è necessaria e proporzionata, salvo se l'obiettivo della richiesta è prevenire, **accertare**, indagare e [...] perseguire reati e le ragioni della richiesta rischiano di compromettere tale obiettivo;
 - b) informazioni sui mezzi di ricorso a disposizione del prestatore di servizi interessato e dello sponsor del servizio di pubblicità politica.
2. Quando ricevono una richiesta in conformità del paragrafo 1, i prestatori di servizi di pubblicità politica confermano, entro due giorni lavorativi, l'avvenuto ricevimento e informano l'autorità dei provvedimenti presi per conformarsi. Il prestatore di servizi interessato trasmette le informazioni richieste entro 10 giorni lavorativi. **I prestatori di servizi di pubblicità politica di cui all'articolo 3, paragrafi 1, 2 e 3, della direttiva 2013/34/UE compiono quanto è ragionevolmente in loro potere per fornire le informazioni richieste entro quindici giorni lavorativi. Nell'ultimo mese che precede un'elezione o un referendum, i prestatori di servizi di pubblicità politica forniscono le informazioni richieste entro 48 ore. I prestatori di servizi di pubblicità politica di cui all'articolo 3, paragrafi 1, 2 e 3, della direttiva 2013/34/UE compiono quanto è ragionevolmente in loro potere per fornire le informazioni richieste senza indebito ritardo.**

3. I prestatori di servizi di pubblicità politica designano un punto di contatto affinché interagisca con le autorità nazionali competenti. I prestatori di servizi di pubblicità politica [...] **che rientrano nei criteri di cui all'articolo 3, paragrafi 1, 2 e 3,** della direttiva 2013/34/UE possono designare come punto di contatto una persona fisica esterna.

Articolo 11

Trasmissione di informazioni ad altri soggetti interessati

1. **Su richiesta dei soggetti interessati, i p** [...]restatori di servizi di pubblicità politica [...] trasmettono a **tali** soggetti, **senza spese,** le informazioni **di cui sono tenuti a disporre a norma** [...] degli [...] articoli **6 e 7** [...] [...]2. I soggetti interessati che fanno richiesta di informazioni a norma del paragrafo 1 devono essere indipendenti da interessi commerciali e rientrare in una o più delle categorie seguenti:
- a) ricercatori abilitati ai sensi dell'articolo 31 del regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali];
 - b) membri di un'organizzazione della società civile i cui obiettivi statutari sono proteggere e promuovere l'interesse pubblico, autorizzata a norma del diritto nazionale o dell'Unione;
 - c) attori politici [...] [...]
 - d) osservatori elettorali nazionali o internazionali [...] **riconosciuti** in uno Stato membro[...]; **o**
 - e) **giornalisti.**

[...]

3. Su richiesta di un soggetto interessato, il prestatore di servizi si adopera in ogni modo per trasmettere, entro un mese, le informazioni richieste o la risposta motivata di cui al paragrafo 5.
4. Nel preparare le informazioni da trasmettere a norma del paragrafo 1, il prestatore di servizi può aggregare gli importi o riunirli in una forcella, se necessario a tutelare i suoi interessi commerciali legittimi.
5. Se le richieste di cui al paragrafo 1 sono manifestamente infondate o eccessive, in particolare per mancanza di chiarezza, il prestatore di servizi può rifiutarsi di rispondere. In tal caso invia una risposta motivata **e informazioni sui mezzi di ricorso** al soggetto interessato che ha fatto **la** richiesta [...].
6. Qualora **il trattamento delle** richieste di cui al paragrafo 1 [...] comporti costi significativi, il prestatore di servizi può addebitare un contributo spese ragionevole e proporzionato, che in ogni caso non supera i costi amministrativi per la trasmissione delle informazioni richieste.
7. Incombe ai prestatori di servizi dimostrare il carattere manifestamente infondato, poco chiaro o eccessivo della richiesta ovvero [...] **l'**onerosità in termini di trattamento.

CAPO III — TARGETING E AMPLIFICAZIONE DELLA PUBBLICITÀ POLITICA

Articolo 12

Obblighi specifici in materia di targeting e amplificazione

1. [Sono vietate le tecniche di targeting o amplificazione in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento dei dati personali di cui all'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725.
2. Il divieto di cui al **paragrafo 1** [...] non si applica alle situazioni contemplate all'articolo 9, paragrafo 2, lettere a) e d), del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 2, lettere a) e d), del regolamento (UE) 2018/1725.]
3. Quando si avvalgono di tecniche di targeting o amplificazione in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento di dati personali, oltre agli obblighi di cui al regolamento (UE) 2016/679 e al regolamento (UE) 2018/1725, a seconda del caso, i titolari del trattamento osservano gli obblighi seguenti:
 - a) adottano, [...] applicano e **rendono pubblico** un documento di strategia interna che in particolare descriva chiaramente e con linguaggio semplice l'uso di tali tecniche finalizzato a prendere di mira certi destinatari o amplificare l'impatto, e mantengono tale strategia per un periodo di cinque anni;
 - b) conservano registri sull'uso del targeting o dell'amplificazione, sui meccanismi, le tecniche e i parametri applicati e sulle fonti dei dati personali utilizzati;

c) trasmettono, contestualmente **all'indicazione che si tratta di un** messaggio di pubblicità politica, informazioni supplementari per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche. **Le informazioni da includere sono comunicate riempiendo i campi dati specifici di cui all'allegato II. [...]****4. Le informazioni da includere sono, in particolare, le seguenti:**

i) **i gruppi specifici di destinatari interessati, compresi i parametri utilizzati per determinare i destinatari del messaggio pubblicitario;**

ii) **le categorie e le fonti dei dati personali utilizzati per il targeting e l'amplificazione;**

iii) **il periodo di diffusione;**

iv) **un link al documento di strategia di cui al paragrafo 3, lettera a), o l'indicazione chiara di dove lo si possa reperire facilmente.**

4 bis. I titolari del trattamento che non siano anche l'editore di pubblicità trasmettono all'editore di pubblicità politica il documento di strategia interna **e provvedono affinché le informazioni di cui al [...] paragrafo 4 siano comunicate a quest'ultimo [...] perché possa adempiere agli obblighi imposti dal presente regolamento. Le informazioni sono trasmesse tempestivamente e con l'accuratezza dettata dalle migliori pratiche e norme del settore, con processo automatizzato standard se tecnicamente fattibile.**

4 ter. **I prestatori di servizi pubblicitari trasmettono ai titolari del trattamento le informazioni per conformarsi ai paragrafi 3 e 4, se necessario.**

5. Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono [...] **di** tecniche di targeting o amplificazione **che comportano il trattamento di dati personali** [...] includono nel messaggio pubblicitario [...] **o** nell'avviso di trasparenza di cui all'articolo 7 un riferimento ai mezzi effettivi di cui dispone l'interessato per l'esercizio dei propri diritti a norma del regolamento (UE) 2016/679 **o del regolamento (UE) 2018/1725, a seconda del caso.**
6. Le informazioni obbligatorie a norma [...] **dei paragrafi da 3 a 5** devono essere in formato facilmente fruibile e, se tecnicamente fattibile, leggibili da dispositivo automatico, chiaramente visibili e di facile uso e formulate con linguaggio semplice.

[...]

8. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 19 al fine di modificare l'allegato II, **aggiungendo o** modificando [...] elementi dell'elenco delle informazioni obbligatorie a norma del paragrafo 3, lettera [...]**c**), alla luce degli sviluppi tecnologici, [...] **della pertinente** ricerca scientifica, degli sviluppi del controllo a opera di autorità competenti e degli orientamenti emanati da organi competenti.

Articolo 13

Trasmissione di informazioni sul targeting e l'amplificazione ad altri soggetti interessati

1. [...] [...] I titolari del trattamento [...] prendono provvedimenti adeguati per trasmettere le informazioni di cui [...] all'articolo 12, se richiesto dai soggetti interessati e senza spese in conformità dell'articolo 11, paragrafo 1.
2. Si applica, mutatis mutandis, l'articolo 11, paragrafi da 2 a 7.

CAPO IV — CONTROLLO ED ESECUZIONE

Articolo 14

Rappresentante legale

1. I prestatori di servizi che offrono servizi di pubblicità politica nell'Unione ma non sono stabiliti nell'Unione designano per iscritto una persona fisica o giuridica come loro rappresentante legale in uno degli Stati membri in cui offrono servizi.
2. Il rappresentante legale è competente per il rispetto degli obblighi che discendono dal presente regolamento in capo al prestatore di servizi che rappresentano ed è il destinatario di tutte le comunicazioni con detto prestatore di servizi previste dal presente regolamento. Ogni comunicazione di cui è destinatario il rappresentante legale è considerata comunicazione al prestatore di servizi rappresentato.

Autorità competenti e punti di contatto

1. Le autorità di controllo di cui all'articolo 51 del regolamento (UE) 2016/679 o all'articolo 52 del regolamento (UE) 2018/1725 sono competenti a monitorare l'applicazione dell'articolo 12 del presente regolamento nel settore di loro competenza. Si applicano, mutatis mutandis, l'articolo 58 del regolamento (UE) 2016/679 e l'articolo 58 del regolamento (UE) 2018/1725. Il capo VII del regolamento (UE) 2016/679 si applica alle attività contemplate all'articolo 12 del presente regolamento.
2. Gli Stati membri designano le autorità competenti a monitorare l'osservanza, da parte dei prestatori di servizi intermediari ai sensi del regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali], degli obblighi di cui agli articoli da 5 a 11 e all'articolo 14 del presente regolamento, ove applicabile. Le autorità competenti designate a norma del regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali] possono essere anche le autorità competenti designate per monitorare l'osservanza, da parte degli intermediari online, degli obblighi di cui agli articoli da 5 a 11 e all'articolo 14 del presente regolamento. Il coordinatore dei servizi digitali di cui all'articolo 38 del regolamento (UE) 2021/xxx di ogni Stato membro è competente per il coordinamento a livello nazionale nei confronti dei prestatori di servizi intermediari quali definiti dal regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali]. Alle materie connesse con l'applicazione del presente regolamento nei confronti dei prestatori di servizi intermediari si applicano l'articolo 45, paragrafi da 1 a 4, e l'articolo 46, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2021/xxx [normativa sui servizi digitali].
3. Ogni Stato membro designa una o più autorità competenti incaricate dell'applicazione e dell'esecuzione degli aspetti del presente regolamento non contemplati ai paragrafi 1 e 2. Ogni autorità competente designata ai sensi del presente paragrafo gode strutturalmente di piena indipendenza sia dal settore che da qualsiasi intervento esterno o pressione politica. In piena indipendenza monitora efficacemente e prende le misure necessarie e proporzionate per garantire il rispetto del presente regolamento.

4. Le autorità competenti di cui al paragrafo 3, nell'esercizio delle loro funzioni di controllo in relazione al presente regolamento, hanno facoltà di chiedere ai prestatori di servizi di pubblicità politica l'accesso a dati, documenti o altra informazione necessaria per lo svolgimento delle loro funzioni di controllo.
5. Le autorità competenti di cui al paragrafo 3, nell'esercizio dei loro poteri di esecuzione in relazione al presente regolamento, hanno facoltà di:
- a) rivolgere avvertimenti ai prestatori di servizi di pubblicità politica sull'inosservanza degli obblighi previsti dal presente regolamento;
 - b) pubblicare una dichiarazione che identifica la o le persone fisiche e giuridiche responsabili dell'inosservanza di un obbligo stabilito dal presente regolamento e precisa la natura di tale inosservanza;
 - c) infliggere sanzioni amministrative pecuniarie e sanzioni finanziarie.
6. Gli Stati membri assicurano la cooperazione tra le autorità competenti, in primis nel quadro delle reti elettorali nazionali, per agevolare lo scambio rapido e sicuro di informazioni su questioni connesse all'esercizio delle funzioni di controllo ed esecuzione conferite loro dal presente regolamento, anche individuando insieme le violazioni, condividendo risultati e competenze e lavorando in stretto collegamento sull'applicazione ed esecuzione delle norme pertinenti.
7. Ciascuno Stato membro designa un'autorità competente come punto di contatto a livello dell'Unione ai fini del presente regolamento.

8. Se un prestatore di servizi di pubblicità politica offre servizi in più Stati membri o ha lo stabilimento principale o un rappresentante in uno Stato membro ma presta le sue attività principali in un altro Stato membro, l'autorità competente dello Stato membro dello stabilimento principale o altro stabilimento o del rappresentante e le autorità competenti degli altri Stati membri in questione cooperano e si assistono reciprocamente per quanto necessario. Salvo se già disciplinata dal diritto dell'Unione, tale cooperazione comporta almeno quanto segue:
- a) le autorità competenti che applicano misure di controllo o esecuzione in uno Stato membro informano e consultano, tramite il punto di contatto di cui al paragrafo 7, le autorità competenti dell'altro o degli altri Stati membri interessati in merito alle misure di controllo ed esecuzione prese e al seguito dato;
 - b) un'autorità competente può chiedere a un'altra autorità competente che sia in una posizione migliore, tramite il punto di contatto di cui al paragrafo 7, di prendere le misure di controllo o esecuzione di cui ai paragrafi 4 e 5, se ciò è motivato, giustificato e proporzionato; e
 - c) l'autorità competente che abbia ricevuto da un'altra autorità competente una richiesta giustificata presta a detta altra autorità l'assistenza necessaria per un'esecuzione efficace, efficiente e coerente delle misure di controllo o esecuzione di cui ai paragrafi 4 e 5. L'autorità competente interessata che riceve la richiesta trasmette, tramite il punto di contatto di cui al paragrafo 7 ed entro un termine proporzionato all'urgenza della richiesta, una risposta in cui comunica le informazioni richieste ovvero informa di non ritenere che sussistano le condizioni per chiedere assistenza a norma del presente regolamento. Tutte le informazioni scambiate nel quadro dell'assistenza richiesta e prestata a norma del presente articolo sono utilizzate solo in relazione alla questione per cui sono state richieste.
9. I punti di contatto si riuniscono periodicamente a livello dell'Unione nel quadro della rete europea di cooperazione in materia elettorale per agevolare lo scambio rapido e sicuro di informazioni su questioni connesse all'esercizio delle funzioni di controllo ed esecuzione conferite loro dal presente regolamento.

Articolo 16

Sanzioni

1. In relazione agli articoli da 5 a 11, 13 e 14, gli Stati membri stabiliscono le norme relative alle sanzioni, anche amministrative pecuniarie e finanziarie, applicabili ai prestatori di servizi di pubblicità politica soggetti alla loro giurisdizione in caso di violazione del presente regolamento, che devono essere in ogni singolo caso effettive, proporzionate e dissuasive.
2. Gli Stati membri notificano tali norme alla Commissione, entro 12 mesi dall'entrata in vigore del presente regolamento, e provvedono poi a dare immediata notifica delle eventuali modifiche successive.
3. Al momento di decidere il tipo di sanzione da infliggere e il livello della stessa, in ogni singolo caso si tiene debito conto, tra altro, degli elementi seguenti:
 - a) la natura, la gravità e la durata della violazione;
 - b) il carattere doloso o colposo della violazione;
 - c) le misure adottate per attenuare eventuali danni;
 - d) eventuali precedenti violazioni pertinenti ed eventuali altri fattori aggravanti o attenuanti applicabili alle circostanze del caso; e
 - e) il grado di cooperazione con l'autorità competente.
4. Le violazioni dell'articolo 7 sono considerate particolarmente gravi quando riguardano messaggi di pubblicità politica pubblicati o diffusi durante un periodo elettorale e rivolte a cittadini dello Stato membro in cui è organizzata l'elezione.

5. Se, in relazione allo stesso messaggio di pubblicità politica o messaggio correlato, un prestatore di servizi viola, con dolo o colpa, le disposizioni del presente regolamento, l'importo totale della sanzione amministrativa pecuniaria è sufficientemente regolabile da tenere conto di tutti i fattori pertinenti; in caso di violazione di varie disposizioni del presente regolamento, l'importo della sanzione pecuniaria complessiva riflette tale molteplicità, in ossequio al principio di proporzionalità.
6. Per l'inosservanza degli obblighi di cui all'articolo 12, le autorità di controllo di cui all'articolo 51 del regolamento (UE) 2016/679 possono, nei limiti delle proprie competenze, infliggere sanzioni amministrative pecuniarie in linea con l'articolo 83 del regolamento (UE) 2016/679 a concorrenza dell'importo di cui al paragrafo 5 del medesimo articolo.
7. Per l'inosservanza degli obblighi di cui all'articolo 12, l'autorità di controllo di cui all'articolo 52 del regolamento (UE) 2018/1725 può, nei limiti delle proprie competenze, infliggere sanzioni amministrative pecuniarie in linea con l'articolo 66 del regolamento (UE) 2018/1725 a concorrenza dell'importo di cui al paragrafo 3 del medesimo articolo.

Articolo 17

Pubblicazione dei periodi elettorali

Gli Stati membri pubblicano in luogo visibile le date dei rispettivi periodi elettorali nazionali, con opportuno riferimento al presente regolamento.

CAPO V – DISPOSIZIONI FINALI

Articolo 18

Valutazione e riesame

Entro due anni da ciascuna elezione del Parlamento europeo, e per la prima volta entro il 31 dicembre 2026, la Commissione presenta una relazione di valutazione e sul riesame del presente regolamento. La relazione valuta la necessità di modificare il presente regolamento. La relazione è resa pubblica.

Articolo 19

Esercizio della delega

1. Il potere di adottare atti delegati è conferito alla Commissione alle condizioni stabilite nel presente articolo.
2. Il potere di adottare atti delegati di cui all'articolo 7, paragrafo 8, e all'articolo 12, paragrafo 8, è conferito alla Commissione per un periodo di [fino a quando non sarà valutata l'applicazione del presente regolamento, due anni dopo le prossime elezioni del Parlamento europeo].
3. La delega di potere di cui all'articolo 7, paragrafo 8, e all'articolo 12, paragrafo 8, può essere revocata in qualsiasi momento dal Parlamento europeo o dal Consiglio. La decisione di revoca pone fine alla delega di potere ivi specificata. Gli effetti della decisione decorrono dal giorno successivo alla pubblicazione della decisione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea o da una data successiva ivi specificata. Essa non pregiudica la validità degli atti delegati già in vigore.

4. Non appena adotta un atto delegato, la Commissione ne dà contestualmente notifica al Parlamento europeo e al Consiglio.
5. L'atto delegato adottato ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 8, e dell'articolo 12, paragrafo 8, entra in vigore solo se né il Parlamento europeo né il Consiglio hanno sollevato obiezioni entro il termine di due mesi dalla data in cui esso è stato loro notificato o se, prima della scadenza di tale termine, sia il Parlamento europeo che il Consiglio hanno informato la Commissione che non intendono sollevare obiezioni. Tale termine è prorogato di due mesi su iniziativa del Parlamento europeo o del Consiglio.

Articolo 20

Entrata in vigore e applicazione

1. Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea.
2. Esso si applica a decorrere dal 1° aprile 2023.
3. Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il

Per il Parlamento europeo

Il presidente/La presidente

Per il Consiglio

Il presidente
