



Raad van de
Europese Unie

Brussel, 10 juni 2022
(OR. en)

Interinstitutioneel dossier:
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

van:	het secretariaat-generaal van de Raad
aan:	de delegaties
nr. vorig doc.:	8647/22 + REV1
nr. Comdoc.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Betreft:	Voorstel voor een VERORDENING VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD betreffende transparantie en gerichte politieke reclame - Compromistekst van het voorzitterschap

Voor de delegaties gaat in de bijlage een **herziene** compromistekst van het voorzitterschap betreffende het in hoofde genoemde voorstel.

De geschrapte tekst van het Commissievoorstel is [...] en de aan het Commissievoorstel toegevoegde tekst is **vetgedrukt en onderstreept**.

Voorstel voor een
VERORDENING VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD
betreffende transparantie en gerichte politieke reclame

(Voor de EER relevante tekst)

HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD VAN DE EUROPESE UNIE,

Gezien het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, en met name de artikelen 16 en 114,

Gezien het voorstel van de Europese Commissie,

Na toezending van het ontwerp van wetgevingshandeling aan de nationale parlementen,

Gezien het advies van het Europees Economisch en Sociaal Comité¹,

Gezien het advies van het Comité van de Regio's²,

Handelend volgens de gewone wetgevingsprocedure,

¹ PB C ... van ..., blz. ...

² PB C ... van ..., blz. ...

Overwegende hetgeen volgt:

- (1) Zowel het aanbod van als de vraag naar politieke reclame neemt toe en is steeds vaker grensoverschrijdend van aard. Met deze activiteit houdt een groot en toenemend aantal uiteenlopende diensten verband, die onder meer worden verleend door politieke adviesbureaus, reclamebureaus, platforms voor reclametechnologie, pr-bedrijven, influencers, data-analysebureaus en tussenpersonen. Politieke reclame kan vele vormen aannemen, zoals betaalde inhoud, gesponsorde zoekresultaten, betaalde gerichte boodschappen, meer prominente plaatsing in een ranglijst, promotie van een goed of een persoon in inhoud, zoals productplaatsing, inzet van influencers en andere vormen van aanbeveling. Verwante activiteiten zijn bijvoorbeeld de verspreiding van politieke reclame op verzoek van een opdrachtgever of de publicatie van inhoud tegen betaling.
- (2) Politieke reclame kan via verschillende kanalen en media grensoverschrijdend worden verspreid of gepubliceerd. Zij kan worden verspreid of gepubliceerd via traditionele offline-media, zoals kranten, televisie en radio, en in toenemende mate ook via online-platforms, websites, mobiele toepassingen, computerspellen en andere digitale interfaces. Deze laatste kunnen niet alleen bijzonder gemakkelijk grensoverschrijdend worden aangeboden, maar brengen ook nieuwe en lastige uitdagingen op het gebied van regelgeving en handhaving met zich mee. Het gebruik van politieke onlinereclame neemt sterk toe en bepaalde lineaire offlinevormen van politieke reclame, zoals radio en televisie, worden ook online aangeboden als diensten op aanvraag. Bij politieke reclamecampagnes wordt doorgaans gebruikgemaakt van diverse media en communicatievormen.
- (3) Aangezien reclame, met inbegrip van politieke reclame, gewoonlijk wordt verzorgd tegen een vergoeding, vormt zij een dienst in de zin van artikel 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU). Bij verklaring nr. 22, betreffende personen met een handicap, gehecht aan het Verdrag van Amsterdam, is de Conferentie van de vertegenwoordigers van de regeringen der lidstaten overeengekomen dat de instellingen van de Unie bij het vaststellen van maatregelen krachtens artikel 114 VWEU rekening moeten houden met de behoeften van personen met een handicap.

- (4) De noodzaak transparantie te waarborgen is een legitiem openbaar doel, dat in overeenstemming is met de waarden die de EU en haar lidstaten overeenkomstig artikel 2 van het Verdrag betreffende de Europese Unie (VEU) delen. Het is niet altijd gemakkelijk voor burgers om politieke reclameboodschappen als zodanig te herkennen en hun democratische rechten met kennis van zaken uit te oefenen. **De toenemende complexiteit van desinformatie, de diversificatie van actoren, de snelle ontwikkeling van nieuwe technologieën en de toenemende verspreiding van manipulatieve interferentie vormen grote uitdagingen voor de EU en de lidstaten. Politieke reclame kan met name een bron van desinformatie zijn wanneer de reclame haar politieke karakter niet kenbaar maakt en het om targeting of amplificatie gaat.** Een hoog niveau van transparantie is onder meer noodzakelijk om een open en eerlijk politiek debat **bij het waarborgen van democratische politieke campagnes** en vrije en eerlijke verkiezingen of referenda te ondersteunen en om desinformatie en onrechtmatige inmenging, ook vanuit het buitenland, te bestrijden. [...]. Transparantie van politieke reclame draagt ertoe bij dat kiezers die te maken krijgen met een politieke reclameboodschap, beter kunnen begrijpen namens wie die reclameboodschap wordt gebracht en waarom een aanbieder van reclamediensten zich juist op hen richt, zodat zij beter in staat zijn geïnformeerde keuzes te maken.
- (5) Voor politieke reclame worden vaak targeting- en amplificatietechnieken gebruikt. Onder targeting- of amplificatietechnieken moeten technieken worden verstaan die worden gebruikt om een op bepaalde kenmerken afgestemde politieke reclameboodschap alleen tot een specifieke persoon of groep personen te richten of om de verspreiding, het bereik of de zichtbaarheid van een politieke reclameboodschap te vergroten. Aangezien targeting een krachtig middel is dat voor misbruik van persoonsgegevens kan worden gebruikt, onder meer door middel van microtargeting en andere geavanceerde technieken, kan targeting een bijzondere bedreiging vormen voor legitieme openbare belangen, zoals billijkheid, gelijke kansen en transparantie in het verkiezingsproces en het grondrecht op objectieve, transparante en pluralistische informatie.

- (6) De regelgeving inzake politieke reclame in de lidstaten is momenteel ongelijksoortig en vaak gericht op traditionele mediavormen. Er zijn specifieke beperkingen, onder meer ten aanzien van grensoverschrijdende dienstverlening op het gebied van politieke reclame. In sommige lidstaten is het in andere lidstaten gevestigde dienstaanbieders uit de EU verboden om tijdens verkiezingsperioden diensten van politieke aard of met een politiek doel te verlenen. Tegelijkertijd zijn er waarschijnlijk ook lidstaten met lacunes en mazen in hun nationale wetgeving, waardoor bij de verspreiding van politieke reclame soms geen rekening wordt gehouden met de relevante nationale regels en aldus de doelstelling van de transparantieregelgeving voor politieke reclame dreigt te worden ondermijnd.
- (7) Teneinde de transparantie van politieke reclame te vergroten, mede om tegemoet te komen aan de zorgen van de burgers, hebben sommige lidstaten al aanvullende maatregelen ter bevordering van de transparantie van politieke reclame en ter ondersteuning van een eerlijk politiek debat en vrije en eerlijke verkiezingen of referenda onderzocht, of overwogen zij dergelijke maatregelen te nemen. Deze nationale maatregelen worden met name overwogen voor online gepubliceerde en verspreide reclame en kunnen nadere verbodsbepalingen omvatten. Deze maatregelen variëren van zacht tot bindend en hebben betrekking op verschillende elementen van transparantie.
- (8) Deze situatie leidt tot versnippering van de interne markt, beperkt de rechtszekerheid voor aanbieders van politieke reclamediensten die politieke reclameboodschappen produceren, plaatsen, **promoten**, publiceren of verspreiden, creëert belemmeringen voor het vrije verkeer van aanverwante diensten, verstoort de mededinging op de interne markt, ook tussen aanbieders van offline- en onlinediensten, en vergt complexe nalevingsinspanningen en extra uitgaven van de betrokken dienstaanbieders.
- (9) In dit verband zullen aanbieders van politieke reclamediensten waarschijnlijk worden ontmoedigd om hun politieke reclamediensten in grensoverschrijdende situaties aan te bieden. Dit geldt met name voor micro-ondernemingen en kmo's, die vaak niet over de middelen beschikken om de hoge nalevingskosten in verband met de productie, plaatsing, **promotie**, publicatie of verspreiding van politieke reclame in meer dan één lidstaat op te vangen of door te berekenen. Dit beperkt de beschikbaarheid van diensten en heeft negatieve gevolgen voor de mate waarin dienstaanbieders kunnen innoveren en multimediale en multinationale campagnes kunnen aanbieden op de interne markt.

- (10) Daarom moet in de hele Unie voor een consistent en hoog niveau van transparantie van politieke reclame worden gezorgd, terwijl verschillen die het vrije verkeer van verwante diensten binnen de interne markt belemmeren, moeten worden voorkomen door voor aanbieders van politieke reclamediensten uniforme transparantieverplichtingen vast te stellen die de uniforme bescherming van de rechten van personen en het toezicht op de gehele interne markt waarborgen op basis van artikel 114 VWEU.
- (11) De lidstaten zouden in hun nationale wetgeving geen bepalingen **betreffende de transparantie van politieke reclame** moeten behouden of invoeren die afwijken van de bepalingen in deze verordening, en zeker geen bepalingen die meer of minder strikt zijn en een ander niveau van transparantie van politieke reclame waarborgen. De volledige harmonisatie van de transparantievereisten in verband met politieke reclameboodschappen vergroot de rechtszekerheid en vermindert de versnippering van de verplichtingen waaraan dienstaanbieders in het kader van politieke reclame moeten voldoen.
- (12) De volledige harmonisatie van de transparantievereisten mag geen afbreuk doen aan de vrijheid van aanbieders van politieke reclamediensten om op vrijwillige basis nadere informatie over politieke reclame te verstrekken, **bijvoorbeeld [...] de doorklikfrequentie van een specifieke politieke onlinereclameboodschap**; deze vrijheid valt onder de vrijheid van meningsuiting **en van informatie** die wordt beschermd door artikel 11 van het Handvest van de grondrechten.
- (13) Deze verordening mag [...] geen gevolgen hebben voor de [...] inhoud van **politieke reclame, noch voor de regels van de Unie of de lidstaten voor de presentatie van politieke reclame** [...], **verkiezingsperioden en het voeren van politieke campagnes, met inbegrip van reclameverboden** [...].
- (13a) Bij de toepassing [en handhaving] van deze verordening moet rekening worden gehouden met de specifieke behoeften van micro-, kleine en middelgrote ondernemingen, overeenkomstig het evenredigheidsbeginsel. Het begrip kleine, middelgrote en micro-ondernemingen moet worden begrepen in de zin van artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU.**

- (14) De verordening moet voorzien in geharmoniseerde transparantievereisten voor economische actoren die politieke reclame en aanverwante diensten aanbieden (d.w.z. activiteiten die gewoonlijk tegen vergoeding worden verricht); deze diensten bestaan met name in de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van politieke reclame. De regels van deze verordening die voor een hoge mate van transparantie van politieke reclame zorgen, zijn gebaseerd op artikel 114 VWEU. Daarom moet deze verordening ook betrekking hebben op het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van de **promotie**, publicatie [...] **of** verspreiding [...] van politieke reclame waarbij persoonsgegevens worden verwerkt. De regels van deze verordening die betrekking hebben op targeting en amplificatie, zijn gebaseerd op artikel 16 VWEU. Onder politieke reclame die gericht is op personen in een lidstaat, moet ook politieke reclame worden verstaan die onder personen in de Unie wordt verspreid, maar volledig is geproduceerd, geplaatst, **gepromoot**, [...] gepubliceerd **of verspreid** door buiten de Unie gevestigde dienstverleners. Om te bepalen of een politieke reclameboodschap gericht is op personen in een lidstaat, moeten de factoren in aanmerking worden genomen die op een verband tussen de betrokken reclameboodschap en die lidstaat wijzen, zoals de taal, de context, het doel en de verspreidingsmiddelen van de boodschap.

(14a) Bij de toepassing van deze verordening in overeenstemming met het EU-recht moet, in voorkomend geval, rekening worden gehouden met de specifieke kenmerken van het publicatiemiddel, met name om de modaliteiten aan te passen aan televisie, radio en kranten.

- (15) Er is geen definitie van "politieke reclame" of "politieke reclameboodschap" voorhanden op het niveau van de Unie. Er is een gemeenschappelijke definitie nodig om het toepassingsgebied van de geharmoniseerde transparantieplichtingen en de regels inzake targeting en amplificatie vast te stellen. Deze definitie dient vele vormen die politieke reclame kan aannemen en alle middelen en wijzen van publicatie of verspreiding binnen de Unie te bestrijken, ongeacht of de bron zich binnen de Unie dan wel in een derde land bevindt.
- (16) De definitie van "politieke reclame" moet ook reclame omvatten die direct of indirect wordt **geproduceerd, geplaatst, gepromoot**, gepubliceerd of verspreid door, voor of namens een politieke actor. Aangezien reclameboodschappen van, voor of namens een politieke actor niet los kunnen worden gezien van diens activiteiten als politieke actor, is het aannemelijk dat deze het politieke debat kunnen beïnvloeden, tenzij het om zuiver particuliere of zuiver commerciële boodschappen gaat.

- (17) Ook de **promotie**, publicatie of verspreiding door andere actoren van een boodschap die het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag **op Uniaal, nationaal, regionaal, lokaal of partijpolitiek niveau** kan beïnvloeden **en hiervoor is bedoeld**, moet als politieke reclame worden aangemerkt. **Er moet een duidelijk en wezenlijk verband bestaan tussen de boodschap en de mate waarin deze de uitslag van een verkiezing of referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag kan beïnvloeden.** Om te bepalen of **een dergelijk verband bestaat**, [...] moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren, zoals de **opdrachtgever van de boodschap, de inhoud van de boodschap, de taal waarin de boodschap is gesteld, de context waarin de boodschap wordt overgebracht, met inbegrip van de periode van verspreiding, zoals een verkiezingsperiode**, het doel van de boodschap, [...] de wijze waarop de boodschap wordt **gepromoot**, gepubliceerd of verspreid, **en het doelpubliek**. Boodschappen over maatschappelijke of controversiële kwesties kunnen[...] het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag beïnvloeden, **en hiervoor bedoeld zijn**.
- (18) Praktische informatie uit officiële bronnen **die uitsluitend** de organisatie en de voorwaarden voor deelname aan de verkiezingen of referenda betreft, moet niet als politieke reclame worden aangemerkt.
- (19) Politieke [...] **meningen** die **onder de redactionele verantwoordelijkheid van een dienstaanbieder** worden geuit in [...] **de media, onder meer in** de programma's van audiovisuele **mediadiensten in de zin van artikel 1, lid 1, punt a), van Richtlijn 2010/13/EU³**, [...] **in** lineaire **en niet-lineaire [...] radiouitzendingen**, in gedrukte **of in online** media, [...] vallen niet onder deze verordening, **tenzij de dienstaanbieder [...] is vergoed voor de geuite politieke mening**.

³ PB L 95 van 15.4.2010, blz. 1.

- (20) Voor de toepassing van deze verordening moeten onder "verkiezingen" worden verstaan de verkiezingen voor het Europees Parlement, alle verkiezingen of referenda die op nationaal, regionaal en lokaal niveau in de lidstaten worden georganiseerd en verkiezingen voor het leiderschap van politieke partijen.
- Andere vormen van verkiezingen, zoals **beroepsmatige of** private stemmingen, mogen er niet onder vallen.
- (21) "Politieke reclameboodschap" moet worden gedefinieerd als een concrete vorm van politieke reclame. "Reclameboodschappen" zijn de middelen waarmee de inhoud van de reclame, onder meer in gedrukte vorm, via de omroepmedia of via een onlineplatformdienst wordt meegedeeld.
- (22) "Politieke actoren" in de zin van deze verordening dienen te verwijzen naar begrippen die zijn gedefinieerd in het Unierecht en in het nationale recht, overeenkomstig internationale rechtsinstrumenten, zoals die van de Raad van Europa. Het begrip politieke[...] **actoren** moet ook betrekking hebben op [...] verbonden en ondergeschikte entiteiten **van een politieke partij** die zijn opgericht, met of zonder rechtspersoonlijkheid, om **die partij** te ondersteunen [...] of **haar** [...] doelstellingen te verwezenlijken, bijvoorbeeld door een specifieke groep kiezers te benaderen of zich in te zetten voor een specifiek verkiezingsdoel.
- (23) Het begrip politieke actoren moet ook betrekking hebben op **kandidaten voor of houders van een gekozen functie**, [...], [...] en leden van **de regering van lidstaten op [...]** **nationaal, regionaal of lokaal niveau of van een Europese instelling, met uitzondering van het Hof van Justitie van de Europese Unie, de Europese Centrale Bank en de Europese Rekenkamer**. Ook andere politieke organisaties **die zijn opgericht om een specifiek resultaat in een verkiezing of referendum te bereiken**, moeten in die definitie worden opgenomen.
- (24) Een "politieke reclamecampagne" moet worden opgevat als de productie, **plaatsing, promotie**, publicatie en verspreiding van een reeks gerelateerde reclameboodschappen in het kader van een overeenkomst inzake politieke reclame, op basis van een gemeenschappelijke productie, sponsoring en financiering. [...]
- (25) De definitie van politieke reclame mag geen afbreuk doen aan nationale definities van politieke partij, politieke doelstellingen of [...] **verkiezingsperioden** op nationaal niveau.

- (26) Om het brede scala van relevante dienstaanbieders die verband houden met politieke reclamediens ten te bestrijken, moeten onder aanbieders van politieke reclamediens ten dienstaanbieders worden begrepen die betrokken zijn bij de productie, plaatsing, promotie, publicatie [...] **of verspreiding van politieke reclame. Aanbieders die louter ondersteunende diensten verlenen in verband met politieke reclamediens ten, mogen niet worden beschouwd als aanbieders van politieke reclamediens ten in de zin van deze verordening.**
- (26a) Onder uitgevers van politieke reclame moet worden verstaan aanbieders van politieke reclamediens ten, gewoonlijk aan het einde van de keten van dienstverleners, die politieke reclame publiceren en verspreiden door middel van uitzendingen, via een interface beschikbaar stellen of op een andere wijze openbaar maken.**
- (26b) Onder "opdrachtgever" moet worden verstaan de persoon namens wie politieke reclame wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd of verspreid, bijvoorbeeld een individuele kandidaat bij een verkiezing, een geregistreerde derde partij of een politieke partij.**
- (27) Boodschappen die op louter persoonlijke titel worden gedeeld, moeten niet tot politieke reclamediens ten worden gerekend. Personen moeten niet worden geacht op persoonlijke titel te handelen als zij boodschappen publiceren waarvan de verspreiding of publicatie door een [...] **derde partij** wordt betaald.
- (28) Zodra **de opdrachtgever** [...] reclame[...] [...] als politiek [...] **bestempelt** [...], moet dit duidelijk worden gemeld aan andere dienstaanbieders die betrokken zijn bij de politieke reclamediens ten. **De opdrachtgever moet deze verklaring te goeder trouw afleggen.** Bovendien moet, zodra reclame als politiek[...] [...] is aangemerkt, de verdere verspreiding ervan nog steeds voldoen aan de transparantievereisten. Wanneer bijvoorbeeld [...] **politieke reclame als gedefinieerd in deze verordening** spontaan wordt gedeeld, moet de reclame nog steeds als politieke reclame worden gelabeld.

- (28a) Aangezien het met name van belang is de doeltreffendheid van de transparantievereisten te waarborgen, moeten opdrachtgevers en aanbieders van reclamediensden die namens opdrachtgevers optreden, relevante informatie te goeder trouw tijdig, volledig en accuraat doorgeven om de andere aanbieders van politieke reclamediensden in de keten in staat te stellen de verordening na te leven. Indien de uitgever van politieke reclame de enige aanbieder van politieke reclamediensden is, deelt de opdrachtgever dergelijke informatie mee aan de uitgever van politieke reclame. In geval van een verklaring of informatie die kennelijk onjuist is, verzoeken aanbieders van reclamediensden de opdrachtgevers en de aanbieders van reclamediensden die namens opdrachtgevers optreden, hun verklaring te corrigeren.**
- (28b) Een verklaring of informatie moet als kennelijk onjuist worden beschouwd indien dit, zonder verdere verificatie of feitenonderzoek, blijkt uit de inhoud van de reclame, de aard van de opdrachtgever of de context waarin de betrokken dienst wordt verleend.**
- (29) De transparantievereisten van deze verordening dienen alleen van toepassing te zijn op politieke reclamediensden, dat wil zeggen politieke reclame die gewoonlijk wordt gemaakt tegen een vergoeding, welke een voordeel in natura kan omvatten. De transparantievereisten moeten niet van toepassing zijn op inhoud die wordt geüpload door een gebruiker van een online-tussenhandelsdienst, zoals een onlineplatform, en door de online-tussenhandelsdienst wordt verspreid zonder tegenprestatie voor de plaatsing, publicatie of verspreiding voor de specifieke boodschap, tenzij de gebruiker door een derde partij is vergoed voor de politieke reclameboodschap.
- (30) De transparantievereisten mogen evenmin van toepassing zijn op het delen van informatie via elektronische-communicatiediensten zoals elektronische berichtendiensten of telefoongesprekken, zolang daarbij geen politieke reclamediensden betrokken is.

- (31) De vrijheid van meningsuiting **en van informatie**, zoals beschermd door artikel 11 van het Handvest van de grondrechten, betreft ook de vrijheid van een persoon om een politieke mening te hebben en kennis te nemen en te geven van politieke informatie of ideeën. Elke beperking [...] van **deze vrijheid** moet in overeenstemming zijn met artikel 52 van het Handvest van de grondrechten. [...] [...] **Deze** vrijheid kan alleen worden onderworpen aan aanpassingen en beperkingen wanneer deze gerechtvaardigd worden door een legitiem algemeen belang en stroken met de algemene beginselen van het Unierecht, zoals evenredigheid en rechtszekerheid. Dit is onder meer het geval wanneer aan de politieke ideeën bekendheid wordt gegeven via aanbieders van reclamediensten.
- (32) Op door onlinetussenpersonen gepubliceerde of verspreide politieke reclameboodschappen is Verordening (EU) 2022[...]**2**/XX [wet inzake digitale diensten] van toepassing, met horizontale regels die gelden voor alle soorten onlinereclame, met inbegrip van commerciële en politieke reclameboodschappen. Op basis van de definitie van "politieke reclame" in deze verordening is het passend de transparantievereisten die zijn vastgesteld voor uitgevers van reclame en onder het toepassingsgebied van Verordening (EU) 2022[...]**2**/XX [wet inzake digitale diensten] vallen, met name zeer grote **online**platforms, verder uit te werken. Daarbij gaat het met name om informatie over de financiering van politieke reclameboodschappen. [De vereisten van deze verordening laten de bepalingen van de wet inzake digitale diensten onverlet, onder meer wat betreft de verplichtingen inzake risicobeoordeling en -beperking met betrekking tot de reclamesystemen van zeer grote onlineplatforms.]
- (33) Bij de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van politieke reclame kan een complexe keten van dienstaanbieders betrokken zijn. Dit is met name het geval wanneer bij de selectie van reclame-inhoud, de selectie van targeting- **en amplificatie**criteria, de verstrekking van gegevens voor de targeting en **amplificatie** van een reclameboodschap, de bepalingen inzake targeting- **en amplificatie**technieken, de aanlevering van een reclameboodschap en de verspreiding ervan verschillende dienstaanbieders een rol kunnen spelen. Geautomatiseerde diensten kunnen bijvoorbeeld helpen om de geleverde reclame-inhoud te laten aansluiten bij het profiel van een gebruiker van een interface, door gebruik te maken van persoonsgegevens die direct van de gebruiker van de dienst zijn verkregen of op basis van diens onlinegedrag zijn verzameld, en van afgeleide gegevens.

(34) Aangezien het met name van belang is de doeltreffendheid van de transparantievereisten te waarborgen, onder meer door het toezicht te vergemakkelijken, moeten aanbieders van politieke reclamediens ten ervoor zorgen dat de relevante informatie die zij verzamelen bij het verlenen van hun diensten, met inbegrip van de vermelding dat een reclameboodschap politiek is, **volledig en accuraat is en** wordt verstrekt aan de uitgever van politieke reclame die de betrokken politieke reclameboodschap openbaar maakt. Om de efficiënte uitvoering van deze eis en de tijdige en nauwkeurige verstrekking van deze informatie te ondersteunen, moeten aanbieders van politieke reclamediens ten **deze informatie verstrekken op het ogenblik dat ze de betrokken dienst verlenen en** moeten ze de automatisering van de onderlinge toezending van deze informatie ondersteunen. **Wanneer aanbieders van politieke reclamediens ten zich ervan bewust worden dat door hen verstrekte informatie is geactualiseerd, zorgen zij ervoor dat deze geactualiseerde informatie wordt meegedeeld aan de betrokken uitgever van politieke reclame.**

(34a) Aanbieders van politieke reclamediens ten merken dat informatie moet worden geactualiseerd wanneer de sponsor of de dienstverlener die namens hem optreedt, de aanbieder van politieke reclamediens ten in kennis stelt van een relevante wijziging. De uitgever van politieke reclame kan ook op de hoogte worden gebracht van deze noodzaak tot actualisering via het in deze verordening bedoelde kennisgevingsmechanisme.

(34[...])b) Indien aanbieders van politieke reclamediens ten [...] zich bewust worden van een kennelijke fout, onnauwkeurigheid of onvolledigheid [...] in de meegedeelde informatie, moeten de aanbieders van politieke reclamediens ten redelijke inspanningen leveren om ervoor te zorgen dat een dergelijke kennelijke fout, [...] onnauwkeurigheid of onvolledigheid wordt gecorrigeerd, met name door bevestiging van door de aanbieder van politieke reclamediens ten [...] of, in voorkomend geval, de opdrachtgever, verstrekte informatie. Van de aanbieder van politieke reclamediens ten mag niet worden verlangd dat hij overdreven of dure feitenonderzoeken verricht [...]. Redelijke inspanningen kunnen ook tot uiting komen in de contractuele regelingen tussen diens taanbieders en, in voorkomend geval, met de opdrachtgever.

(34[...](c) Redelijke inspanningen omvatten zorgvuldige en objectieve maatregelen, zoals contact opnemen met de betrokken opdrachtgever of [...] aanbieder van politieke reclamediens ten, om de informatie aan te vullen of te corrigeren. Er moet rekening worden gehouden met de aard en het belang van de onjuiste of ontbrekende informatie met betrekking tot de voorschriften van deze verordening.

- (35) Wanneer een kunstmatige commerciële of contractuele constructie die in de verordening neergelegde transparantie verplichtingen van hun nuttige werking dreigen te beroven, moeten die verplichtingen van toepassing zijn op de entiteit of entiteiten die de reclamediens ten daadwerkelijk verlenen.

[...]

- (37) Hoewel de in deze verordening vastgestelde verplichtingen in specifieke vereisten voorzien, moet geen ervan worden opgevat als een algemene verplichting voor als tussenpersoon optredende diens taanbieders om toezicht te houden op politieke inhoud die door natuurlijke of rechtspersonen wordt gedeeld, en moeten zij evenmin worden opgevat als een algemene verplichting voor als tussenpersoon optredende diens taanbieders om proactieve maatregelen te nemen met betrekking tot illegale inhoud of activiteiten die deze aanbieders toezenden of opslaan.

- (38) Uit transparante politieke reclame moeten burgers kunnen opmaken dat zij met een politieke reclameboodschap worden geconfronteerd. Uitgevers van politieke reclame moeten ervoor zorgen dat elke politieke reclameboodschap **vergezeld gaat van** een duidelijke mededeling waaruit blijkt dat het om een politieke reclameboodschap gaat en wie de opdrachtgever is. In voorkomend geval kan de naam van de opdrachtgever ook een politiek logo omvatten. Uitgevers van politieke reclame moeten gebruikmaken van een doeltreffend label, rekening houdend met de relevante wetenschappelijke ontwikkelingen en de beste praktijken op het gebied van het labelen van reclameboodschappen met het oog op transparantie.
- De presentatie van de mededeling en de naam van de opdrachtgever kunnen variëren afhankelijk van de gebruikte middelen. Voor radio-omroepdiensten kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van een upstream- of downstreammededeling.** Zij moeten er ook voor zorgen dat [...] **samen met** elke politieke reclameboodschap informatie wordt gepubliceerd die het mogelijk maakt de bredere context van de politieke reclameboodschap en de doelstellingen ervan te begrijpen; deze informatie moet ofwel kunnen worden opgenomen in de reclameboodschap zelf, ofwel door de uitgever kunnen worden verstrekt op zijn website, die toegankelijk is via een link, **een Quick Response-code (QR-code)** of een andere, even duidelijke en gebruiksvriendelijke contactmogelijkheid die in de reclameboodschap is opgenomen.

- (39) Deze informatie moet worden verstrekt in een transparantieverklaring, waarin ook de identiteit van de opdrachtgever moet worden vermeld en, **waar van toepassing, de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever**, teneinde de verantwoordingsplicht in het politieke proces te bevorderen. Er moet duidelijk worden vermeld waar de opdrachtgever is gevestigd en of de opdrachtgever een natuurlijke persoon of een rechtspersoon is. Persoonsgegevens van personen die betrokken zijn bij politieke reclame en die geen verband houden met de opdrachtgever of een andere betrokken politieke actor, mogen niet in de transparantieverklaring worden vermeld. Om de eerlijkheid van de verspreiding van de politieke reclameboodschap te waarborgen, moet de transparantieverklaring ook informatie bevatten over de verspreidingsperiode, de verkiezingen waarmee de reclameboodschap verband houdt, het bedrag besteed aan de specifieke reclameboodschap en de gehele reclamecampagne, alsook de waarde van andere voordelen die geheel of ten dele in ruil voor die boodschap en campagne zijn ontvangen, de bron van de gebruikte middelen en andere informatie. Informatie over de herkomst van de gebruikte middelen heeft bijvoorbeeld betrekking op de publieke of particuliere oorsprong ervan en op het feit of deze afkomstig zijn van binnen of buiten de Europese Unie. Informatie over de verkiezingen of referenda waarmee de reclame verband houdt, moet, indien mogelijk, een link bevatten naar informatie uit officiële bronnen over de organisatie van die verkiezingen of referenda en over de voorwaarden voor het deelnemen daaraan of voor het promoten van deelname. **De transparantieverklaring moet onmiddellijk beschikbaar zijn wanneer de reclame wordt gepubliceerd of verspreid, en de daarin gepresenteerde informatie moet, voor zover relevant, worden geactualiseerd.** De transparantieverklaring moet daarnaast informatie bevatten over de wijze waarop politieke reclameboodschappen overeenkomstig de in deze verordening vastgestelde procedure kunnen worden gemeld. Deze vereiste mag geen afbreuk doen aan de bepalingen inzake kennisgeving overeenkomstig de artikelen 14, 15 en 19 van Verordening (EU) 2022[...]XXX [wet inzake digitale diensten]. **Aanbieders van politieke reclamediensten moeten redelijke inspanningen leveren om ervoor te zorgen dat de informatie volledig en accuraat is.**

- (40) De informatie die in de transparantieverklaring moet worden opgenomen, moet in de reclameboodschap zelf worden verstrekt of gemakkelijk te vinden zijn op basis van een in de reclameboodschap verstrekte aanwijzing **De presentatie van de informatie kan variëren naargelang de gebruikte middelen. Om de informatie in de transparantieverklaring in offline-reclameboodschappen gemakkelijk op te vragen, kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van een speciale webpagina, een Quick Response code (QR-code) of andere, even gebruiksvriendelijke technische maatregelen.**

Het voorschrift dat de informatie over de transparantieverklaring onder meer duidelijk waarneembaar moet zijn, moet inhouden dat deze informatie duidelijk in of bij de reclameboodschap wordt weergegeven. Het voorschrift dat de in de transparantieverklaring gepubliceerde informatie gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar, indien technisch mogelijk, en gebruiksvriendelijk moet zijn, moet inhouden dat rekening wordt gehouden met de behoeften van personen met een handicap. Bijlage I bij Richtlijn 2019/882 (Europese toegankelijkheidswet) bevat toegankelijkheidsvoorschriften voor informatie, o.a. inzake digitale informatieverstrekking, waarvan gebruik zou moeten worden gemaakt om politieke informatie toegankelijk te maken voor personen met een handicap.

- (41) Transparantieverklaringen moeten zodanig worden ontworpen dat zij gebruikers bewuster maken en helpen politieke reclameboodschappen duidelijk als zodanig te herkennen. Zij moeten zodanig zijn ontworpen dat zij, **indien technisch mogelijk**, ook aanwezig of toegankelijk blijven wanneer een politieke reclameboodschap verder wordt verspreid, bijvoorbeeld via een post op een ander platform of doordat personen elkaar deze toesturen. De informatie in de transparantieverklaring moet worden gepubliceerd [...] vanaf het begin van de publicatie van de politieke reclameboodschappen [...] **tot deze worden stopgezet.** **Uitgevers van politieke reclame bewaren hun transparantieverklaringen, samen met eventuele wijzigingen, gedurende een periode van vijf jaar na de laatste publicatie en stellen die op verzoek beschikbaar.** De bewaarde informatie moet ook informatie bevatten over politieke reclame die is beëindigd of door de uitgever is verwijderd. **Aanbieders van politieke reclamediensten die geen zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van Verordening (EU) 2022/XXX [wet inzake digitale diensten] moeten kunnen beslissen in welke vorm deze informatie wordt bewaard.**

- (42) Aangezien uitgevers van politieke reclame politieke reclameboodschappen openbaar maken, moeten zij deze informatie samen met de politieke reclameboodschap publiceren of verspreiden. Wanneer uitgevers van politieke reclame zich ervan bewust worden dat een politieke reclameboodschap niet aan de transparantievereisten van deze verordening voldoet, bijvoorbeeld na een individuele kennisgeving, moeten zij redelijke inspanningen leveren om aan de vereisten van deze verordening te voldoen. Wanneer [...] de informatie niet onverwijld kan worden aangevuld of gecorrigeerd, stelt de uitgever van politieke reclame de politieke reclameboodschap [...] niet beschikbaar of legt hij de publicatie of publieke verspreiding van de politieke reclameboodschappen die niet aan de transparantievereisten van deze verordening voldoen, stil. In een dergelijke situatie moeten uitgevers van politieke reclame de betrokken aanbieders van politieke reclamediensten en, in voorkomend geval, de opdrachtgever in kennis stellen van de redelijke stappen die zijn ondernomen om aan de vereisten van deze verordening te voldoen. Uitgevers van politieke reclame moeten worden aangemoedigd om de aanbieder van politieke reclamediensten in kennis te stellen van de verhaal-mogelijkheden.
- (42a) Indien de opdrachtgever of de aanbieders van politieke reclamediensten zich ervan bewust worden dat de aan de uitgever van politieke reclame toegezonden of door de uitgever van politieke reclame gepubliceerde informatie onvolledig of inaccuraat is, nemen zij onverwijld contact op met de betrokken uitgever van politieke reclame en zenden zij de aangevulde of gecorrigeerde informatie toe aan de uitgever van politieke reclame.
- (42b) Contractuele overeenkomsten kunnen een bepaling bevatten op grond waarvan een redelijke vergoeding in rekening kan worden gebracht voor de maatregelen die zijn genomen om de informatie te corrigeren of aan te vullen.
- (42[...](c) Bij het nakomen van deze verplichtingen moeten aanbieders van politieke reclamediensten op onpartijdige wijze en met inachtneming van de grondrechten en andere rechten en legitieme belangen handelen. Zo moeten aanbieders van politieke reclamediensten met name terdege rekening houden met de vrijheid van meningsuiting en van toegang tot informatie, waaronder de vrijheid en pluriformiteit van de media.

- (42[...].d)** Daarnaast moeten uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van Verordening (EU) 202[...].2/XXX [wet inzake digitale diensten] de in de transparantieverklaring opgenomen informatie **in real time** openbaar maken via de overeenkomstig artikel 30 van [de wet inzake digitale diensten] gepubliceerde reclameregisters. **Het is passend de transparantievereisten die zijn vastgesteld voor de in artikel 30 van Verordening (EU) 2021/XX [wet inzake digitale diensten] bedoelde registers verder uit te werken. Dit betreft met name informatie over politieke reclameboodschappen die zijn verwijderd en de reden daarvoor. Daarnaast kunnen zeer grote onlineplatforms andere informatie over de invloed van de reclameboodschap publiceren, waaronder informatie over de doorklikfrequentie. Andere aanbieders van politieke reclamediensten moeten worden aangemoedigd om soortgelijke registers voor politieke reclameboodschappen op te zetten.** Dit zal het voor belanghebbende actoren, waaronder onderzoekers, gemakkelijker maken hun specifieke rol te vervullen, nl. om vrije en eerlijke verkiezingen of referenda en eerlijke verkiezingscampagnes te ondersteunen, onder meer door de opdrachtgevers van politieke reclameboodschappen te controleren en het politieke reclamelandschap te analyseren.
- (43) Wanneer de aanbieder van de politieke reclamedienst die de inhoud van een politieke reclameboodschap host of anderszins opslaat en aanbiedt, losstaat van de aanbieder van de politieke reclamedienst die de website of andere interface beheert die de politieke reclameboodschap uiteindelijk [...] **presenteert**, moeten deze aanbieders samen worden beschouwd als uitgevers van politieke reclame, die met betrekking tot de specifieke dienst die zij verlenen elk hun eigen verantwoordelijkheid hebben om te waarborgen dat de labeling wordt verzorgd en dat de transparantieverklaring en de relevante informatie beschikbaar zijn. De naleving van deze verordening moet in hun contractuele overeenkomsten worden geregeld.

- (44) Informatie over de bedragen en de waarde van andere voordelen die geheel of ten dele in ruil voor politieke reclame zijn ontvangen, kan een nuttige bijdrage leveren aan het politieke debat. Er moet voor worden gezorgd dat de jaarverslagen die door relevante **aanbieders van politieke reclamediensten** [...] worden opgesteld een gedegen overzicht van de politieke reclameactiviteiten bieden. Ter ondersteuning van het toezicht en de verantwoordingsplicht moet deze verslaglegging informatie bevatten over de uitgaven voor de targeting **of de amplificatie** van politieke reclame in de desbetreffende periode, geaggregeerd per campagne of kandidaat. Om onevenredige lasten te vermijden, dienen deze verslagleggingsverplichtingen inzake transparantie niet van toepassing te zijn op ondernemingen die onder artikel 3, **leden 1, 2 en 3**, [...] van Richtlijn 2013/34/EU vallen.
- (45) Uitgevers van politieke reclame die politieke reclamediensten aanbieden, moeten mechanismen invoeren waarmee personen hun kunnen melden dat een bepaalde politieke reclameboodschap die zij hebben gepubliceerd, niet in overeenstemming is met deze verordening. De mechanismen voor het melden van een dergelijke reclameboodschap moeten gemakkelijk toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn en worden aangepast aan de vorm van reclame die de uitgever van reclame verspreidt. Voor zover mogelijk moeten deze mechanismen vanuit de reclameboodschap zelf toegankelijk zijn, bijvoorbeeld op de website van de uitgever van reclame. **Indien nodig moeten uitgevers van politieke reclame technische maatregelen nemen om minimumnormen voor IT-beveiliging te waarborgen, met inbegrip van maatregelen ter bescherming tegen geautomatiseerde kennisgeving.** Uitgevers van politieke reclame moeten in voorkomend geval kunnen gebruikmaken van bestaande mechanismen. Wanneer **bijvoorbeeld** uitgevers van politieke reclame aanbieders van hostingdiensten in de zin van de wet inzake digitale diensten zijn met betrekking tot de politieke reclameboodschappen die op verzoek van de ontvangers van hun diensten worden gehost, **kunnen de uitgevers van politieke reclame gebruikmaken van het kennisgevingsmechanisme dat zij invoeren overeenkomstig artikel 14 van de wet inzake digitale diensten, voor kennisgevingen van reclameboodschappen die deze verordening niet naleven.** [...]

(45a) De uitgevers van politieke reclame [...] moeten redelijke inspanningen [...] leveren om [...] zorgvuldig en objectief, en onverwijld, te reageren op de kennisgevingen die zij uit hoofde van lid [...] van deze verordening [...] hebben ontvangen. Wanneer een kennisgeving voldoende informatie bevat om een zorgvuldige uitgever van politieke reclame in staat te stellen zonder een grondige controle na te gaan of informatie ontbreekt of onjuist is, moet de uitgever van politieke reclame worden geacht zich bewust te zijn van de onjuistheid of onvolledigheid en moet hij onverwijld contact opnemen met de betrokken dienstverleners en, in voorkomend geval, de opdrachtgever. De uitgever van politieke reclame [...] moet de auteur van de kennisgeving [...] in kennis stellen van het gevolg dat aan de kennisgeving wordt gegeven [...]. [...], [...]

(45b) Om de doeltreffendheid van de transparantievereisten tijdens een verkiezing of een referendum te waarborgen, moeten de uitgevers van politieke reclame in de maand voorafgaand aan de verkiezing of het referendum binnen 48 uur alle kennisgevingen verstrekken die zij over reclameboodschappen in verband met deze [...] verkiezing of dit referendum ontvangen door contact op te nemen met de betrokken aanbieders van politieke reclamediensten [...] en, in voorkomend geval, met de opdrachtgever.

(45c) Alle door een uitgever van politieke reclame genomen maatregelen moeten strikt afgebakend zijn, in die zin dat zij specifieke informatie die niet in overeenstemming is met deze verordening, moeten corrigeren, aanvullen of verwijderen, met inachtneming van de vrijheid van meningsuiting en van informatie, en andere grondrechten.

(46) Om specifieke entiteiten in staat te stellen hun rol in democratieën te spelen, is het passend regels vast te stellen voor de toezending van de informatie die samen met de politieke reclameboodschap wordt gepubliceerd of in de transparantieverklaring is opgenomen, aan belanghebbende actoren zoals erkende onderzoekers, journalisten, maatschappelijke organisaties en [...] **erkende** verkiezingswaarnemers, teneinde de uitoefening van hun respectieve rollen in het democratische proces te ondersteunen. Aanbieders van politieke reclamediensten moeten niet worden verplicht te reageren op verzoeken die kennelijk ongegrond, **onduidelijk** of buitensporig zijn. Voorts moet het de betrokken dienst aanbieder worden toegestaan in geval van [...] dure verzoeken een redelijke vergoeding in rekening te brengen, uitgaande van de administratieve kosten van het verstrekken van de informatie.

(47) Om groepen of individuele kiezers of personen gericht te benaderen met politieke boodschappen en de impact daarvan te versterken, wordt steeds vaker gebruikgemaakt van persoonsgegevens die direct van personen zijn verkregen, indirect zijn verzameld – zoals afgeleide gegevens, waartoe personen worden gegroepeerd op basis van hun veronderstelde interesses – of zijn afgeleid uit onlineactiviteiten, gedragsprofilering en andere analysetechnieken. Op basis van de verwerking van persoonsgegevens, met name **bijzondere categorieën persoonsgegevens** [...] krachtens Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad⁴ en Verordening (EU) 2018/1725 van het Europees Parlement en de Raad⁵, kunnen verschillende groepen kiezers of personen worden gevormd en kan worden gebruikgemaakt van hun kenmerken of kwetsbaarheden, bijvoorbeeld door op specifieke momenten en op specifieke plaatsen reclameboodschappen te verspreiden die inspelen op ontvankelijkheid voor een bepaald soort informatie/boodschap. Dit heeft specifieke en schadelijke gevolgen voor de grondrechten en fundamentele vrijheden van burgers wat betreft de verwerking van hun persoonsgegevens en hun vrijheid om objectieve informatie te ontvangen, hun mening te vormen, politieke beslissingen te nemen en hun stemrecht uit te oefenen. Dit is ongunstig voor het democratische proces. Er moeten nieuwe beperkingen en voorwaarden worden vastgesteld, in aanvulling op Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/1725.

De in deze verordening vastgestelde voorwaarden voor het in het kader van politieke reclame gebruikmaken van targeting- en amplificatietechnieken die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, moeten worden gebaseerd op artikel 16 VWEU.

-
- ⁴ Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (algemene verordening gegevensbescherming) (PB L 119 van 4.5.2016, blz. 1).
- ⁵ Verordening (EU) 2018/1725 van het Europees Parlement en de Raad van 23 oktober 2018 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens door de instellingen, organen en instanties van de Unie en betreffende het vrije verkeer van die gegevens, en tot intrekking van Verordening (EG) nr. 45/2001 en Besluit nr. 1247/2002/EG (PB L 295 van 21.11.2018, blz. 39).

- (48) [Daarom moeten targeting- en amplificatietechnieken in het kader van politieke reclame die gepaard gaan met de verwerking van gegevens als bedoeld in artikel 9, lid 1, van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725, worden verboden. Dergelijke technieken moeten alleen zijn toegestaan indien daarvan gebruik wordt gemaakt door de verwerkingsverantwoordelijken of iemand die namens deze optreedt, met uitdrukkelijke toestemming van de betrokkene, of door een stichting, een vereniging of een andere organisatie zonder winstoogmerk die op politiek, levensbeschouwelijk, godsdienstig of vakbondsgebied werkzaam is, in het kader van haar gerechtvaardigde activiteiten en met passende waarborgen, mits de verwerking uitsluitend betrekking heeft op de leden of de voormalige leden van de organisatie of op personen die in verband met haar doeleinden regelmatig contact met haar onderhouden, en de persoonsgegevens niet zonder de toestemming van de betrokkenen buiten die organisatie worden verstrekt. Dit moet gepaard gaan met specifieke waarborgen. Toestemming moet worden opgevat als toestemming in de zin van Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/1725. Daarom moet geen beroep kunnen worden gedaan op de uitzonderingen van artikel 9, lid 2, punten b), c), e), f), g), h), i) en j), van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 2, punten b), c), e), f), g), h), i) en j), van Verordening (EU) 2018/1725 voor het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken voor de publicatie, promotie of verspreiding van politieke reclame die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens als bedoeld in artikel 9, lid 1, van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725.]

- (49) Met het oog op meer transparantie en verantwoordingsplicht moeten de verwerkingsverantwoordelijken bij het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van politieke reclame die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, voor aanvullende waarborgen zorgen. **Deze aanvullende waarborgen moeten een aanvulling vormen op de bestaande waarborgen, onder meer die betreffende geautomatiseerde besluitvorming overeenkomstig artikel 24 van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 26 van Verordening (EU) 2018/1725.** Zij moeten een beleidsplan vaststellen en uitvoeren waarin wordt beschreven hoe dergelijke technieken worden gebruikt voor het targeten van afzonderlijke personen en het versterken van de impact, en een register van hun relevante activiteiten bijhouden. Bij het publiceren, promoten of verspreiden van een politieke reclameboodschap waarvoor gebruik wordt gemaakt van targeting- en amplificatietechnieken, moeten verwerkingsverantwoordelijken samen met de politieke reclameboodschap nuttige informatie verstrekken op grond waarvan de betrokkene de logica en de belangrijkste kenmerken van de gebruikte targeting kan begrijpen en kan nagaan of er gebruik is gemaakt van gegevens van derden en van aanvullende analysetechnieken, zoals verdere optimalisering van het targeten van de reclameboodschap tijdens de levering.
- (50) Uitgevers van politieke reclame die gebruikmaken van targeting- of amplificatietechnieken, moeten in hun transparantieverklaring informatie opnemen op grond waarvan de betrokken persoon de logica en de belangrijkste kenmerken van de gebruikte techniek kan begrijpen, alsmede informatie over het gebruik van gegevens van derden en aanvullende analytische technieken en een **duidelijke aanwijzing, bijvoorbeeld een link naar een website, waar** [...] [...] het relevante beleid van de verwerkingsverantwoordelijken **gemakkelijk kan worden gevonden**.
- (50a)** Indien de verwerkingsverantwoordelijken verschillen [...] van de uitgever van reclame, moeten de verwerkingsverantwoordelijken het interne beleid [...] toezenden aan de uitgever van politieke reclame **en ervoor zorgen dat de nodige informatie aan de uitgever van politieke reclame wordt meegedeeld. Informatie moet tijdig en accuraat worden doorgegeven.**
- (50b)** Aanbieders van reclamediensten moeten [...] aan de uitgever van politieke reclame de informatie toezenden die nodig is om aan hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening te voldoen. De verstrekking van dergelijke informatie zou op basis van normen kunnen worden geautomatiseerd en geïntegreerd in de normale bedrijfsprocessen.

- (51) Om personen in staat te stellen om hun rechten op het gebied van gegevensbescherming beter uit te oefenen, moeten uitgevers van politieke reclame de betrokkene voorzien van aanvullende informatie en doeltreffende instrumenten die de uitoefening ondersteunen van zijn rechten uit hoofde van het EU-rechtskader voor gegevensbescherming, waaronder het recht om bezwaar te maken of zijn toestemming in te trekken wanneer hij te maken krijgt met een getargete politieke reclameboodschap. Deze informatie moet ook vanuit de transparantieverklaring gemakkelijk rechtstreeks toegankelijk zijn. De instrumenten die aan personen ter beschikking worden gesteld om de uitoefening van hun rechten te ondersteunen, moeten daadwerkelijk voorkomen dat een persoon te maken krijgt met getargete politieke reclameboodschappen en dat hij door een of meer specifieke verwerkingsverantwoordelijken wordt getarget op basis van specifieke criteria.
- (52) De Commissie moet de opstelling van gedragscodes als bedoeld in artikel 40 van Verordening (EU) 2016/679 aanmoedigen om de uitoefening van de rechten van betrokkenen in dit verband te ondersteunen.
- (53) De informatie die moet worden verstrekt overeenkomstig alle voorschriften die van toepassing zijn op het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken krachtens deze verordening, moet worden gepresenteerd in een formaat dat gemakkelijk toegankelijk, duidelijk zichtbaar en gebruiksvriendelijk is, onder meer door het gebruik van eenvoudige taal.
- (54) Het is passend regels vast te stellen voor de toezending van informatie over targeting aan andere belanghebbende entiteiten. De toepasselijke regeling moet consistent zijn met de regeling voor de toezending van informatie in verband met de transparantievereisten.
- (55) In een derde land gevestigde aanbieders van politieke reclamediensten die diensten aanbieden in de Unie, moeten een gemachtigde wettelijke vertegenwoordiger in de Unie aanwijzen, zodat er doeltreffend op kan worden toegezien dat deze verordening door die aanbieders wordt nageleefd. De wettelijke vertegenwoordiger zou de vertegenwoordiger kunnen zijn die is aangewezen op grond van artikel 27 van Verordening (EU) 2016/679 of de vertegenwoordiger die is aangewezen op grond van artikel 11 van Verordening (EU) 2022[...]/xxx [wet inzake digitale diensten].

- (56) In het belang van een doeltreffend toezicht op deze verordening moeten de toezichthoudende autoriteiten de bevoegdheid krijgen om de relevante regels te monitoren en te handhaven. Afhankelijk van het rechtsstelsel van elke lidstaat en overeenkomstig het vigerende Unierecht, met inbegrip van Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2022[...]/xxx [wet inzake digitale diensten], kunnen daartoe verschillende nationale gerechtelijke of administratieve instanties worden aangewezen.
- (57) Wat het toezicht op online-tussenhandelsdiensten krachtens deze verordening betreft, moeten de lidstaten bevoegde autoriteiten aanwijzen en ervoor zorgen dat dit toezicht coherent is met het toezicht door de bevoegde autoriteiten die zijn aangewezen overeenkomstig artikel 38 van Verordening (EU) 2022[...]/xxx [wet inzake digitale diensten]. Overeenkomstig Verordening (EU) 2022[...]/xxx [wet inzake digitale diensten] moeten de coördinatoren voor digitale diensten in elk geval verantwoordelijk zijn voor de coördinatie op nationaal niveau in verband met deze kwesties en, waar nodig, grensoverschrijdende samenwerking aangaan met andere coördinatoren voor digitale diensten volgens de mechanismen van Verordening (EU) 2022[...]/xxx[wet inzake digitale diensten]. In het kader van de toepassing van deze verordening moet dit mechanisme beperkt blijven tot de nationale samenwerking tussen de coördinatoren voor digitale diensten en niet overeenkomstig Verordening (EU) 2022[...]/xxx [wet inzake digitale diensten] op het niveau van de Unie worden geregeld.
- (58) Voor het toezicht op de aspecten van deze verordening die niet krachtens Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/725 onder de bevoegdheid van de toezichthoudende autoriteiten vallen, moeten de lidstaten bevoegde autoriteiten aanwijzen. Om de eerbiediging van de grondrechten en fundamentele vrijheden, de rechtsstaat en de democratische beginselen alsook het vertrouwen van het publiek in het toezicht op politieke reclame te ondersteunen, is het noodzakelijk dat deze autoriteiten structureel onafhankelijk zijn, dat wil zeggen vrij van inmenging van buitenaf of politieke druk, en dat zij naar behoren bevoegd zijn om effectief toezicht te houden op, en de nodige maatregelen te nemen ter waarborging van, de naleving van deze verordening, met name wat betreft de verplichtingen uit hoofde van artikel 7. De lidstaten kunnen met name de in artikel 30 van Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad⁶ bedoelde nationale regulerende instanties of organen aanwijzen.

⁶ Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) (PB L 95 van 15.4.2010, blz. 1).

- (59) Voor zover het Unierecht reeds regels omvat met betrekking tot de informatieverstrekking aan bevoegde autoriteiten en de samenwerking met en tussen die autoriteiten, zoals artikel 9 van Verordening (EU) 2021/xxx [wet digitale diensten], of die welke zijn vervat in Verordening (EU) 2016/679, moeten die regels van overeenkomstige toepassing zijn op de desbetreffende bepalingen van deze verordening.
- (60) De autoriteiten die bevoegd zijn voor het toezicht op deze verordening moeten zowel op nationaal als op EU-niveau samenwerken en daarbij optimaal gebruikmaken van bestaande structuren, waaronder nationale samenwerkingsnetwerken, het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen als bedoeld in Aanbeveling C(2018) 5949 final en de krachtens Richtlijn 2010/13/EU opgerichte Europese Groep van regulerende instanties voor audiovisuele mediadiensten. Deze samenwerking moet de snelle, beveiligde uitwisseling van informatie over kwesties die verband houden met de uitoefening van hun toezichts- en handhavingstaken uit hoofde van deze verordening vergemakkelijken, onder meer door gezamenlijk inbreuken vast te stellen, bevindingen en deskundigheid te delen en te overleggen over de toepassing en handhaving van de relevante regels.

- (61) Om de doeltreffende toepassing van de in de verordening vastgestelde verplichtingen te vergemakkelijken, moeten de nationale autoriteiten de bevoegdheid krijgen om bij de dienstaanbieders relevante informatie op te vragen over de transparantie van politieke reclameboodschappen. De aan de bevoegde autoriteiten toe te zenden informatie zou betrekking kunnen hebben op een reclamecampagne, jaarcijfers of specifieke reclameboodschappen. Om ervoor te zorgen dat aan verzoeken om dergelijke informatie op doeltreffende en efficiënte wijze kan worden voldaan en dat aanbieders van politieke reclamediensten niet worden geconfronteerd met onevenredige lasten, moeten bepaalde voorwaarden worden vastgesteld waaraan dergelijke verzoeken moeten voldoen. Met name met het oog op passend toezicht op een verkiezingsproces moeten aanbieders van politieke reclamediensten snel op verzoeken van bevoegde autoriteiten reageren, dat wil zeggen uiterlijk binnen [...] **tien** werkdagen na ontvangst van het verzoek. **In de laatste maand van de verkiezingscampagne moet een schending van deze bepalingen worden beschouwd als een negatieve en zeer ingrijpende aantasting van het recht van de burger en moeten aanbieders van politieke reclamediensten daarom de gevraagde informatie binnen 48 uur verstrekken.** In het belang van de rechtszekerheid en overeenkomstig de rechten van de verdediging moeten verzoeken om informatie van een bevoegde autoriteit een toereikende motivering en informatie over de beschikbare rechtsmiddelen bevatten. Aanbieders van politieke reclamediensten moeten contactpunten aanwijzen voor overleg met de bevoegde autoriteiten. Dergelijke contactpunten kunnen elektronisch zijn.
- (62) De lidstaten moeten voor de toepassing van deze verordening een contactpunt op het niveau van de Unie aanwijzen. Het contactpunt moet, indien mogelijk, lid zijn van het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen. Het contactpunt moet de samenwerking tussen de bevoegde autoriteiten van de lidstaten bij hun toezichts- en handhavingstaken vergemakkelijken, met name door overleg met de contactpunten in andere lidstaten en met de bevoegde autoriteiten in de eigen lidstaat.

- (63) De autoriteiten van de lidstaten moeten ervoor zorgen dat inbreuken op de in deze verordening vastgestelde verplichtingen worden bestraft met administratieve geldboeten of financiële sancties. Daarbij moeten zij rekening houden met de aard, de ernst, de frequentie en de duur van de inbreuk, het algemeen belang, de omvang en de aard van de verrichte activiteiten, alsmede de economische draagkracht van de inbreukpleger. In dat verband moet rekening worden gehouden met de cruciale rol die de in artikel 7 opgenomen verplichtingen spelen bij het doeltreffend nastreven van de doelstellingen van deze verordening. Voorts moeten zij in aanmerking nemen of de betrokken dienstaanbieder systematisch of herhaaldelijk zijn uit deze verordening voortvloeiende verplichtingen niet nakomt, bijvoorbeeld door informatie te laat aan belanghebbende entiteiten te verstrekken en, in voorkomend geval, of de aanbieder van politieke reclamediensten in verschillende lidstaten actief is. Financiële sancties en administratieve geldboeten moeten in elk afzonderlijk geval doeltreffend, evenredig en afschrikkend zijn, met inachtneming van toereikende en toegankelijke procedurele waarborgen, en met name om ervoor te zorgen dat het politieke debat open en toegankelijk blijft.
- (64) Bij de uitoefening van hun bevoegdheden uit hoofde van deze verordening moeten de bevoegde autoriteiten onderworpen zijn aan passende procedurele waarborgen overeenkomstig het Unierecht en het nationale recht, waaronder een doeltreffende voorziening in rechte en een eerlijke rechtsbedeling.
- (65) De lidstaten moeten de precieze duur van hun verkiezingsperiodes, die volgens hun electorale tradities zijn vastgesteld, ruim vóór het begin van de verkiezingskalender bekendmaken.

(66) Teneinde de doelstellingen van deze verordening te verwezenlijken, moet aan de Commissie de bevoegdheid worden overgedragen om overeenkomstig artikel 290 van het Verdrag handelingen vast te stellen ten aanzien van artikel 7, lid 7, zodat zij nader kan bepalen in welke vorm de voorschriften voor het verstrekken van informatie in de transparantie-verklaring overeenkomstig dat artikel moeten worden verstrekt; en ten aanzien van artikel 12, lid 8, zodat zij nader kan bepalen in welke vorm de vereisten voor het verstrekken van informatie over targeting moeten worden verstrekt. Het is van bijzonder belang dat de Commissie tot passende Raadplegingen overgaat, onder meer van door de respectieve lidstaten aangewezen deskundigen, en dat die raadplegingen gebeuren in overeenstemming met de beginselen die zijn vastgelegd in het Interinstitutioneel Akkoord van 13 april 2016 over beter wetgeven.

Met name om te zorgen voor gelijke deelname aan de voorbereiding van gedelegeerde handelingen ontvangen het Europees Parlement en de Raad alle documenten op hetzelfde tijdstip als de deskundigen van de lidstaten, en hebben hun deskundigen systematisch toegang tot de vergaderingen van de deskundigengroepen van de Commissie die zich bezighouden met de voorbereiding van de gedelegeerde handelingen.

(67) Binnen twee jaar na elke verkiezing voor het Europees Parlement moet de Commissie een openbaar verslag indienen over de evaluatie en toetsing van deze verordening. Bij het opstellen van dat verslag moet de Commissie ook rekening houden met de uitvoering van deze verordening in de context van andere verkiezingen en referenda in de Unie. In het verslag moet onder meer worden nagegaan of de bepalingen van de bijlagen bij deze verordening nog steeds passend zijn of moeten worden herzien.

(68) Verordening (EU) nr. 1141/2014 betreffende het statuut en de financiering van Europese politieke partijen en Europese politieke stichtingen bevat aanvullende verplichtingen inzake het gebruik van politieke reclame door Europese politieke partijen.

- (69) Daar de doelstellingen van deze verordening, namelijk de bijdrage aan de goede werking van de interne markt voor politieke reclame en aanverwante diensten en de vaststelling van regels inzake het gebruik van targeting in het kader van de publicatie en verspreiding van politieke reclame, niet voldoende door de lidstaten kunnen worden verwezenlijkt en derhalve beter door de Unie kunnen worden verwezenlijkt, kan de Unie, overeenkomstig het in artikel 5 VEU neergelegde subsidiariteitsbeginsel, deze verordening vaststellen. Overeenkomstig het in hetzelfde artikel neergelegde evenredigheidsbeginsel gaat deze verordening niet verder dan nodig is om deze doelstellingen te verwezenlijken.
- (70) Deze verordening doet geen afbreuk aan de regels die met name zijn vastgelegd in Richtlijn 2000/31/EG, met inbegrip van de aansprakelijkheidsregels voor als tussenpersoon optredende dienstverleners in de artikelen 12 tot en met 15 van die richtlijn als gewijzigd bij Verordening (EU) 2022[...]/xxx [de wet inzake digitale diensten], Verordening (EU) 2021/xxx [de wet op de digitale markten], Richtlijn 2002/58/EG en Verordening (EU) XXX [e-privacyverordening], alsmede Richtlijn 2010/13/EU, Richtlijn 2000/31/EG, Richtlijn 2002/58/EG, Richtlijn 2005/29/EG, Richtlijn 2011/83/EU, Richtlijn 2006/114/EG, Richtlijn 2006/123/EG en Verordening (EU) 2019/1150.
- (71) Overeenkomstig artikel 42, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725 is de Europese Toezichthouder voor gegevensbescherming geraadpleegd, en op XX XX 2022 heeft hij advies uitgebracht,

HEBBEN DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

HOOFDSTUK I – ALGEMENE BEPALINGEN

Artikel 1

Onderwerp en [...] doelstellingen

1. Bij deze verordening worden vastgesteld:
 - a) geharmoniseerde transparantieplichtingen voor aanbieders van politieke reclame en aanverwante diensten om informatie met betrekking tot het verlenen van dergelijke diensten te bewaren, te verstrekken en openbaar te maken;
 - b) geharmoniseerde regels voor het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van de publicatie, verspreiding of promotie van politieke reclame die gepaard gaan met de [...] verwerking van persoonsgegevens.

[...]

- [...] **2.** De doelstellingen van deze verordening zijn:

- a) bijdragen tot de goede werking van de interne markt voor politieke reclame en aanverwante diensten;
- b) natuurlijke personen beschermen wat betreft de verwerking van persoonsgegevens.

[...]

Artikel 1a

Toepassingsgebied

1. Deze verordening is van toepassing op politieke reclame die wordt geproduceerd, geplaatst, gepromoot, gepubliceerd of verspreid in de Unie, of gericht is op particulieren in een of meer lidstaten, ongeacht de plaats van vestiging van de aanbieder van politieke [...] reclamediensten en ongeacht de gebruikte middelen.
2. Deze verordening heeft geen gevolgen voor de inhoud van politieke reclame, noch voor de regels van de Unie of de lidstaten voor de presentatie van politieke reclame, verkiezingsperioden en het voeren van politieke campagnes.

3. Deze verordening is van toepassing onverminderd de regels die zijn vastgelegd bij:

- a) Richtlijn 2000/31/EG;**
- b) Richtlijn 2002/58/EG en Verordening (EU) XXX [e-privacyverordening];**
- c) Richtlijn 2005/29/EG;**
- d) Richtlijn 2006/114/EG;**
- e) Richtlijn 2006/123/EG;**
- f) Richtlijn (EU) 2010/13;**
- g) Richtlijn 2011/83/EU;**
- h) Verordening (EU) 2019/1150;**
- i) [Verordening (EU) 2022[...]/xxx [wet digitale diensten]].**

Artikel 2

Definities

Voor de toepassing van deze verordening wordt verstaan onder:

1. "dienst": elke economische activiteit, anders dan in loondienst, die gewoonlijk tegen vergoeding geschiedt, zoals bedoeld in artikel 57 VWEU;

2. "politieke reclame": de productie, plaatsing, promotie, publicatie of verspreiding, op welke wijze dan ook, van een boodschap:
- a) door, voor of namens een politieke actor, tenzij het om een zuiver particuliere of commerciële boodschap gaat; of
 - b) die het resultaat van een verkiezing of referendum, een wetgevings- of regelgevingsproces of stemgedrag kan beïnvloeden, **en hiervoor is bedoeld**.

Dit omvat geen politieke meningen die onder de redactionele verantwoordelijkheid van een dienstaanbieder worden geuit in [...] de media, [...] tenzij de dienstaanbieder is vergoed voor de geuite politieke mening.

3. "politieke reclameboodschap": een vorm van politieke reclame **die op enigerlei wijze wordt gepubliceerd of verspreid**;
4. "politieke actor": de volgende entiteiten:
- a) een politieke partij in de zin van artikel 2, punt 1, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 of een entiteit die [...] verband houdt met [...] een dergelijke politieke partij;
 - b) een politieke alliantie in de zin van artikel 2, punt 2, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014;
 - c) een Europese politieke partij in de zin van artikel 2, punt 3, van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014;
 - d) een kandidaat **voor of houder** van een gekozen functie op [...] **Uniaal**, nationaal, regionaal of lokaal niveau, of voor een leidinggevende functie binnen een politieke partij;

[...]

- f) een [...] lid van **de instellingen van de Unie, met uitzondering van het Hof van Justitie van de Europese Unie, de Europese Centrale Bank en de Europese Rekenkamer, of van een regering [...] van een lidstaat op** nationaal, regionaal of lokaal niveau;
- g) een politieke-campagneorganisatie met of zonder rechtspersoonlijkheid, opgericht om [...] **het resultaat** [...] van verkiezingen of referenda [...] **te beïnvloeden**;
- h) elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die een van de in de punten a) tot en met g) genoemde personen of organisaties vertegenwoordigt of namens een dergelijke persoon of organisatie optreedt, [...] **en** die de politieke doelstellingen van deze persoon of organisatie promoot.

5. "politieke reclamedienst": een dienst die politieke reclame omvat, met uitzondering van een online tussenhandelsdienst in de zin van artikel 2, punt f), van Verordening (EU) 202[...]2/XXX [wet inzake digitale diensten] die wordt verleend zonder tegenprestatie voor de plaatsing, **promotie**, publicatie of verspreiding van de specifieke boodschap.

5a. "aanbieder van politieke reclamediensten": een natuurlijke of rechtspersoon die politieke reclamediensten aanbiedt, met uitzondering van zuiver aanvullende diensten.

- 6. "politieke reclamecampagne": de productie, plaatsing, promotie, publicatie of verspreiding van een reeks gerelateerde **politieke** reclameboodschappen volgens een overeenkomst inzake politieke reclame, op basis van gemeenschappelijke productie, sponsoring of financiering;
- 7. "opdrachtgever": de natuurlijke persoon of rechtspersoon namens wie een politieke reclameboodschap wordt geproduceerd, geplaatst, **gepromoot**, gepubliceerd of verspreid;
- 8. "targetingtechnieken [...]": technieken die worden gebruikt [...] om een op bepaalde kenmerken afgestemde politieke reclameboodschap alleen op een specifieke persoon of groep personen te richten [...];

8a. "amplificatietechnieken": technieken die worden gebruikt om de verspreiding, het bereik of de zichtbaarheid van een politieke reclameboodschap te vergroten;

9. "verkiezingsperiode": de periode voorafgaand aan, tijdens of onmiddellijk na een verkiezing of referendum in een lidstaat, gedurende welke de campagneactiviteiten aan specifieke regels **van de lidstaten** zijn onderworpen;
10. "betrokken electoraat": de populatie die stemgerechtigd is bij de verkiezingen of het referendum in de lidstaat waar een politieke reclameboodschap [...] **wordt gepubliceerd of verspreid**, hetgeen het volledige electoraat van een lidstaat kan zijn;
11. "uitgever van politieke reclame": een **aanbieder van politieke reclamediensten** [...] die alle media gebruikt om [...] **reclame te publiceren of te verspreiden**;
12. "verwerkingsverantwoordelijke": een verwerkingsverantwoordelijke overeenkomstig artikel **3**[...], punt **8**[...], van Verordening (EU) 2016/679 of, in voorkomend geval, artikel 4, punt 8, van Verordening (EU) 2018/1725.

Uit officiële bronnen afkomstige berichten [...] die **uitsluitend** de organisatie van en de voorwaarden voor deelname aan verkiezingen of referenda of de bevordering van de deelname aan verkiezingen of referenda betreffen, gelden voor de toepassing van de eerste alinea, punt 2, niet als politieke reclame.

Artikel 2a

Identificatie van een politieke reclameboodschap

Om te bepalen of een bericht een politieke reclameboodschap in de zin van artikel 2, punt 2, onder b), vormt, wordt rekening gehouden met alle kenmerken ervan, en met name met relevante factoren:

- (a) **de inhoud van het bericht;**
- (b) **de opdrachtgever van het bericht;**
- (c) **de taal waarin het bericht wordt overgebracht, de wijze waarop het bericht wordt gepromoot, gepubliceerd of verspreid, en het doelpubliek;**
- (d) **de context waarin het bericht wordt overgebracht, met inbegrip van de periode van verspreiding zoals verkiezings- of referendumperioden en het wet- of regelgevingsproces;**
- (e) **het doel van het bericht.**

Artikel 3

[...] Internemarktbeginnel

1. Om redenen die verband houden met de transparantie **van politieke reclame** mogen de lidstaten geen bepalingen of maatregelen handhaven of invoeren die afwijken van de bepalingen van deze verordening.
2. Het verlenen [...] van politieke reclamediensten mag niet worden verboden of beperkt om redenen die verband houden met transparantie, wanneer aan de voorschriften van deze verordening wordt voldaan.

HOOFDSTUK II – TRANSPARANTIEVERPLICHTINGEN VOOR POLITIEKE RECLAMEDIENSTEN

Artikel 4

Transparantie van politieke reclamediensten

- 1.** Politieke reclamediensten worden op transparante wijze aangeboden overeenkomstig de verplichtingen van [...] **hoofdstuk 2** van deze verordening.
- 2.** **Aanbieders van politieke reclamediensten zorgen ervoor dat in de contractuele regelingen voor het verstrekken van politieke reclame wordt gespecificeerd hoe de relevante bepalingen van deze verordening worden nageleefd.**

Artikel 5

Identificatie van politieke reclamediensten

1. Aanbieders van reclamediensten vragen opdrachtgevers en aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden, mee te delen of de reclamedienst die zij van de dienaar aanbieder verlangen, een politieke reclamedienst in de zin van artikel 2, punt 5, betreft. Opdrachtgevers en aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden, delen **te goeder trouw** mee of dat het geval is.
2. Aanbieders van politieke reclamediensten zorgen ervoor dat in de contractuele regelingen voor het verstrekken van een politieke reclamedienst wordt gespecificeerd [...] **dat de opdrachtgever of aanbieders van politieke reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden de informatie moeten verstrekken die nodig is om te voldoen aan artikel 6, lid 1. Die informatie wordt [...] volledig, accuraat en onverwijld doorgegeven.**

- 3. In geval van een verklaring of informatie die kennelijk onjuist is, verzoeken aanbieders van reclamediensden de opdrachtgevers of de aanbieders van reclamediensten die namens opdrachtgevers optreden, hun verklaring te corrigeren. Opdrachtgevers of aanbieders van reclamediensden die namens opdrachtgevers optreden zorgen ervoor dat hun verklaring volledig, accuraat en onverwijld wordt gecorrigeerd.**

Artikel 6

Bijhouden van registers [...]

1. Aanbieders van politieke reclamediensden bewaren de informatie die zij bij het aanbieden van hun diensten verzamelen over:
 - a) de politieke reclameboodschap of de politieke reclamecampagne waarmee de dienst(en) verband houdt of houden;
 - b) de specifieke dienst of diensten **die zij** in verband met de politieke reclame hebben verleend;
 - c) de bedragen die zij in rekening hebben gebracht voor de verrichte dienst of diensten, en de waarde van andere voordelen die zij geheel of ten dele voor de verrichte dienst of diensten hebben ontvangen [...] **en hun bronnen**;
 - d) [...] de identiteit van de opdrachtgever **van de politieke reclameboodschap en, in voorkomend geval, de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever**, [...] **hun** contactgegevens **en, in het geval van rechtspersonen, de plaats van vestiging; en**
 - e) **in voorkomend geval, een vermelding van de relevante verkiezingen of referenda waarmee de reclameboodschap verband houdt.**
2. De in lid 1 bedoelde informatie wordt **schriftelijk** [...] **of** [...] in elektronische vorm bewaard. Deze informatie wordt bewaard gedurende een periode van vijf jaar vanaf de datum van de laatste productie, plaatsing, **promotie**, publicatie of verspreiding, naargelang het geval.

[...]

Artikel 6 a

Toezening van informatie aan de uitgever van politieke reclame

1. Aanbieders van politieke reclamediensten zorgen ervoor dat de in artikel 6, lid 1, bedoelde informatie tijdig, volledig en accuraat wordt meegedeeld aan de uitgever van politieke reclame die de politieke reclameboodschap zal publiceren of verspreiden, zodat uitgevers van politieke reclame hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening kunnen nakomen. Aanbieders van politieke reclamediensten leveren redelijke inspanningen om ervoor te zorgen dat de informatie die wordt bewaard krachtens artikel 6, lid 1, volledig en accuraat is.

Indien de uitgever van politieke reclame de enige aanbieder van politieke reclamediensten is, deelt de opdrachtgever de relevante informatie mee aan de uitgever van politieke reclame.
2. Aanbieders van politieke reclamediensten verstrekken die informatie tegelijkertijd met de verrichting van de betrokken dienst overeenkomstig de beste praktijken en industriële normen, via een gestandaardiseerd geautomatiseerd proces, voor zover dit technisch mogelijk is.
3. Wanneer aanbieders van politieke reclamediensten zich ervan bewust worden dat door hen verstrekte informatie is bijgewerkt, zorgen zij ervoor dat deze bijgewerkte informatie wordt meegedeeld aan de betrokken uitgever van politieke reclame.

Transparantievereisten voor iedere politieke reclameboodschap

1. **De uitgever van politieke reclame [...]** stelt, **samen met iedere politieke reclameboodschap**, [...] op duidelijke, opvallende en ondubbelzinnige wijze [...] de volgende informatie beschikbaar:
 - a) een mededeling dat het om een politieke reclameboodschap gaat;
 - b) de identiteit van de opdrachtgever van de politieke reclameboodschap en, **in voorkomend geval**, de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever;
 - c) een transparantieverklaring om de bredere context van de politieke reclameboodschap en de doelstellingen ervan duidelijk te maken, of een duidelijke aanduiding van de plaats waar deze gemakkelijk te vinden is.

In dit verband maken uitgevers van politieke reclame gebruik van efficiënte en opvallende markerings- en labeltechnieken waardoor de politieke reclameboodschap gemakkelijk als zodanig herkenbaar is, en de markering of het label behouden blijft wanneer de politieke reclameboodschap verder wordt verspreid.

2. De transparantieverklaring [...] bevat de volgende gegevens:
 - a) de identiteit **en de plaats van vestiging** van de opdrachtgever **en, in voorkomend geval, van de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever**, en **hun** contactgegevens;
 - b) de periode waarin de politieke reclameboodschap zal worden gepubliceerd en verspreid [...];

- c) [...] **de** informatie over de totale bedragen die zijn uitgegeven of andere voordelen die **de aanbieders van politieke reclamediensten** hebben ontvangen, **met inbegrip van de voordelen die de uitgever** geheel of gedeeltelijk heeft ontvangen voor de [...] **politieke reclamediensten** [...] **voor** de desbetreffende reclameboodschap en, in voorkomend geval, van de politieke reclamecampagne, en de bronnen daarvan;
- d) in voorkomend geval, een vermelding van de verkiezingen of referenda waarmee de reclameboodschap verband houdt;
- e) indien van toepassing, links naar onlineregisters van reclameboodschappen **waarnaar in lid 6 wordt verwezen**;
- f) informatie over het gebruik van de in artikel 9, lid 1, bedoelde mechanismen;

fa) in voorkomend geval, de in artikel 12, lid 4, bedoelde informatie;

[...] De informatie die in de transparantieverklaring moet worden opgenomen, wordt verstrekt via de in bijlage I vermelde specifieke gegevensvelden.

2a. De transparantieverklaring wordt in elke politieke reclameboodschap opgenomen of is aan de hand van de eerste publicatie ervan en tot het einde van de publicatie ervan gemakkelijk te vinden. De transparantieverklaring wordt voortdurend geactualiseerd. De transparantieverklaringen worden gepresenteerd in een formaat dat gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar – indien technisch mogelijk –, duidelijk zichtbaar en, mede door het gebruik van eenvoudige taal, gebruiksvriendelijk is.

3. Uitgevers van politieke reclame leveren redelijke inspanningen om ervoor te zorgen dat de in lid [...] 2 bedoelde informatie volledig en accuraat is. Indien de uitgever van politieke reclame zich ervan bewust wordt dat de in lid [...] [...] 2 bedoelde informatie onvolledig of inaccuraat is, dient hij redelijke inspanningen te leveren, onder meer, in voorkomend geval, door contact op te nemen met de opdrachtgever of de betrokken dienstverleners om de informatie aan te vullen of te corrigeren. [...] Wanneer [...] de informatie niet onverwijld kan worden aangevuld of gecorrigeerd, stelt de uitgever [...] de politieke reclameboodschap [...] niet beschikbaar of legt hij de publicatie of verspreiding ervan stil en stelt hij de betrokken dienstverlener en, in voorkomend geval, de opdrachtgever daarvan in kennis.

Indien de opdrachtgever of de aanbidders van politieke reclamediensten zich ervan bewust worden dat de aan de uitgever van politieke reclame toegezonden of gepubliceerde informatie onvolledig of inaccuraat is, moeten zij, in voorkomend geval, onverwijld contact opnemen met de betrokken uitgever en, indien nodig, de aangevulde of gecorrigeerde informatie aan de uitgever van politieke reclame toezenden.

[...]

5. Uitgevers van politieke reclame bewaren hun transparantieverklaringen, samen met eventuele wijzigingen, gedurende een periode van vijf jaar na [...] [...] de laatste publicatie.
6. Uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van artikel 25 van Verordening (EU) 2021/xxx [de wet inzake digitale diensten] zorgen ervoor dat in de door hen overeenkomstig artikel 30 van die verordening [wet inzake digitale diensten] in real time ter beschikking gestelde registers voor iedere geregistreerde politieke reclameboodschap de in lid 2 bedoelde informatie ter beschikking wordt gesteld, evenals de geactualiseerde versie ervan.

7. De lidstaten, met inbegrip van de bevoegde autoriteiten, en de Commissie moedigen de opstelling aan van gedragscodes die moeten bijdragen tot de juiste toepassing van dit artikel, met in achtneming van de specifieke kenmerken van de betrokken dienstverleners en de specifieke behoeften van micro-, kleine en middelgrote ondernemingen in de zin van artikel 3 van Richtlijn 2013/34/EU.
8. De Commissie is bevoegd overeenkomstig artikel 19 gedelegeerde handelingen vast te stellen om bijlage I te wijzigen door elementen van de krachtens lid 2 [...] te verstrekken informatie toe te voegen **of** aan te passen [...], indien een dergelijke wijziging in het licht van de technologische ontwikkelingen, **relevant wetenschappelijk onderzoek, ontwikkelingen op het gebied van het toezicht door de bevoegde autoriteiten en relevante richtsnoeren als vastgesteld door de bevoegde instanties** noodzakelijk is voor een goed begrip van de bredere context en de doelstellingen van de politieke reclameboodschap.

Artikel 8

Periodieke verslaglegging over politieke reclamediensten

1. [...] **Uitgevers van** politieke reclame [...] nemen [...] als onderdeel van hun bestuursverslag in de zin van artikel 19 van Richtlijn 2013/34/EU, dat deel uitmaakt van hun jaarrekeningen, informatie op over de bedragen of de waarde van andere voordelen die zij geheel of ten dele in ruil voor die diensten hebben ontvangen, alsook over het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken, geaggregeerd per campagne.
2. Lid 1 is niet van toepassing op ondernemingen die vallen onder artikel 3, **leden 1, 2 en** [...]3 [...], van Richtlijn 2013/34/EU.

Artikel 9

Melding van mogelijk onwettige politieke reclameboodschappen

- 1.**[...] Wanneer zij politieke reclamediensten aanbieden, stellen de uitgevers van reclame mechanismen in waarmee **natuurlijke personen of rechtspersonen** hun kosteloos kunnen melden dat een bepaalde door hen gepubliceerde reclameboodschap niet in overeenstemming is met deze verordening.

- 2.[...]** Informatie over de wijze waarop politieke reclameboodschappen als bedoeld in lid 1 moeten worden gemeld, dient gebruiksvriendelijk te zijn en gemakkelijk toegankelijk, ook vanuit de transparantieverklaring.
- Uitgevers van politieke reclame maken het mogelijk dat de in lid 1 bedoelde [...] **kennisgeving** langs elektronische weg wordt ingediend.
- 3.** **De uitgevers van politieke reclame doen redelijke inspanningen om zorgvuldig en objectief en onverwijd te reageren op de kennisgevingen die zij uit hoofde van lid 1 hebben ontvangen, door contact op te nemen met de betrokken [...] aanbieder van politieke reclamediensten [...] en, in voorkomend geval, met de opdrachtgever.**
- 4.[...]** De uitgever van politieke reclame stelt de [...] **personen die de kennisgeving hebben gedaan** [...] **onverwijd** in kennis het gevolg dat aan de kennisgeving wordt gegeven als bedoeld in lid 1 **[...]**.
- 4a.** **In de laatste maand voorafgaand aan een verkiezing of een referendum verwerken uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van Verordening (EU) 2022/XXX [wet inzake digitale diensten] binnen 48 uur alle kennisgevingen die zij ontvangen over reclameboodschappen in verband met deze verkiezing of dit referendum. [...]**
- 5.[...]** Veelvuldige meldingen uit hoofde van lid 1 betreffende dezelfde reclameboodschap of reclamecampagne kunnen collectief worden beantwoord, onder meer door te verwijzen naar een verklaring op de website van de betrokken uitgever van politieke reclame.

Toezending van informatie aan de bevoegde autoriteiten

1. De bevoegde nationale instanties hebben de bevoegdheid om te vragen dat [...] aanbieders van politieke reclamediensten [...] hun de informatie **waarover zij uit hoofde** van de artikelen 6, 7 en 8 [...] **moeten beschikken**, toezenden. De toegezonden informatie [...] **is** volledig, accuraat en betrouwbaar en wordt in een duidelijk, coherent, geconsolideerd en begrijpelijk formaat verstrekt. Indien technisch mogelijk, wordt de informatie in een machineleesbaar formaat toegezonden.
 - 1a.** Het verzoek bevat de volgende gegevens:
 - a) een motivering waarin wordt uitgelegd waarvoor de informatie wordt gevraagd en waarom het verzoek noodzakelijk en evenredig is, tenzij met het verzoek wordt beoogd strafbare feiten te voorkomen, **op te sporen**, te onderzoeken [...] en te vervolgen, en openbaarmaking van de redenen voor het verzoek die doelstelling in gevaar zouden brengen;
 - b) informatie over de rechtsmiddelen waarover de betrokken dienstaanbieder en de opdrachtgever van de politieke reclamedienst beschikken.
2. Na ontvangst van een verzoek uit hoofde van lid 1 bevestigen aanbieders van politieke reclamediensten binnen twee werkdagen de ontvangst van dat verzoek en stellen zij de autoriteit in kennis van de maatregelen die zijn genomen om daaraan te voldoen. De betrokken dienstaanbieder verstrekt de gevraagde informatie binnen tien werkdagen.

Aanbieders van politieke reclamediensten die in aanmerking komen voor de toepassing van artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU, leveren redelijke inspanningen om de gevraagde informatie binnen vijftien werkdagen te verstrekken.

In de laatste maand voorafgaand aan een verkiezing of een referendum verstrekken aanbieders van politieke reclamediensten de gevraagde informatie binnen 48 uur.

Aanbieders van politieke reclamediensten die in aanmerking komen voor de toepassing van artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU, leveren redelijke inspanningen om de gevraagde informatie onverwijld te verstrekken.

3. Aanbieders van politieke reclamediensten wijzen een contactpunt aan voor overleg met bevoegde nationale autoriteiten. Aanbieders van politieke reclamediensten die [...] **in aanmerking komen voor de toepassing van** artikel 3, **leden 1, 2 en 3**, van Richtlijn 2013/34/EU kunnen een externe natuurlijke persoon aanwijzen als contactpunt.

Artikel 11

Toezending van informatie aan andere belanghebbende entiteiten

1. **Op verzoek van de belanghebbende entiteiten zenden aanbieders** [...] van politieke reclamediensten [...] de informatie **waarover zij uit hoofde** van de [...] artikelen 6 **en 7 moeten beschikken** [...], **kosteloos** toe aan [...] **deze** entiteiten [...]. Belanghebbende entiteiten die overeenkomstig lid 1 om toezending van informatie verzoeken, mogen geen commerciële belangen hebben en moeten behoren tot een of meer van de volgende categorieën:
- a) erkende onderzoekers overeenkomstig artikel 31 van Verordening (EU) 2021/xxx [wet inzake digitale diensten];
 - b) leden van een krachtens het nationale recht of het recht van de Unie gemachtigde maatschappelijke organisatie waarvan de statutaire doelstellingen de bescherming en bevordering van het algemeen belang zijn;
 - c) politiek actoren [...]; [...]
 - d) in een lidstaat [...] **erkende** nationale of internationale verkiezingswaarnemers[...]; **of**
 - e) **journalisten.**

[...]

3. Na een verzoek van een belanghebbende entiteit stelt de dienst aanbieder alles in het werk om de gevraagde informatie of zijn met redenen omkleed antwoord als bedoeld in lid 5, binnen een maand te verstrekken.
4. Bij de voorbereiding van de overeenkomstig lid 1 te verstrekken informatie mag de dienst aanbieder de desbetreffende bedragen samenvoegen of met een zekere marge aanduiden, voor zover dat nodig is om zijn rechtmatige handelsbelangen te beschermen.
5. Wanneer verzoeken uit hoofde van lid 1 kennelijk ongegrond, onduidelijk of buitensporig zijn, met name wegens gebrek aan duidelijkheid, kan de dienst aanbieder weigeren te antwoorden. In dat geval stuurt de betrokken dienst aanbieder een met redenen omkleed antwoord, **evenals informatie over de verhaalmogelijkheden**, naar de belanghebbende entiteit die het verzoek heeft gedaan.
6. Wanneer **de verwerking van** verzoeken op grond van lid 1 [...] aanzienlijke kosten met zich meebrengt, kan de dienst aanbieder een redelijke en evenredige vergoeding in rekening brengen, die in geen geval hoger mag zijn dan de administratieve kosten voor het verstrekken van de gevraagde informatie.
7. Het is aan de dienst aanbidders om aan te tonen dat een verzoek kennelijk ongegrond, onduidelijk of buitensporig is, of dat verzoeken [...] aanzienlijke verwerkingskosten met zich meebrengen.

HOOFDSTUK III – TARGETING EN AMPLIFICATIE VAN POLITIEKE RECLAME

Artikel 12

Specifieke vereisten inzake targeting en amplificatie

1. [Targeting- en amplificatietechnieken die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens als bedoeld in artikel 9, lid 1, van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725 zijn in het kader van politieke reclame verboden.
2. Het in **lid 1** [...] vastgestelde verbod is niet van toepassing in de situaties bedoeld in artikel 9, lid 2, punten a) en d), van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 10, lid 2, punten a) en d), van Verordening (EU) 2018/1725.]
3. Wanneer in het kader van politieke reclame gebruik wordt gemaakt van targeting- of amplificatietechnieken die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, gelden voor de verwerkingsverantwoordelijken, in aanvulling op de vereisten van Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/1725, naargelang het geval, de volgende vereisten:
 - a) een intern beleid vaststellen, [...] uitvoeren **en openbaar maken** waarin duidelijk en in eenvoudige taal in het bijzonder wordt beschreven hoe dergelijke technieken worden gebruikt om personen te targeten of de impact van de boodschap te versterken, en dit beleid gedurende een periode van vijf jaar handhaven;
 - b) registers bijhouden inzake het gebruik van targeting of amplificatie, de relevante mechanismen, technieken en kenmerken die zijn gebruikt, en de bron(nen) van de persoonsgegevens die zijn gebruikt.

- c) samen met de aanduiding dat het gaat om een politieke reclame aanvullende informatie verstrekken die nodig is om de betrokkene in staat te stellen te begrijpen wat de onderliggende logica en de belangrijkste kenmerken van die techniek zijn en of er gebruik is gemaakt van gegevens van derden en van aanvullende analysetechnieken. De op te nemen informatie wordt verstrekt via de in bijlage II vermelde specifieke gegevensvelden. [...]

4. Het omvat in het bijzonder de volgende informatie:

- i) de specifieke doelgroepen, met inbegrip van de parameters die worden gebruikt om de ontvangers te bepalen onder wie de reclame wordt verspreid;**
- ii) de categorieën en de bronnen van de persoonsgegevens die voor de targeting en de amplificatie worden gebruikt;**
- iii) de periode van verspreiding;**
- iv) een link naar of een duidelijke aanduiding van de plaats waar het in lid 3, punt a), bedoelde beleid gemakkelijk kan worden teruggevonden.**

- 4a.** Indien de verwerkingsverantwoordelijke verschilt van de uitgever van reclame, zendt de verwerkingsverantwoordelijke het interne beleid toe en zorgt hij ervoor dat de in [...] lid 4 bedoelde informatie wordt meegedeeld [...] aan de uitgever van politieke reclame, zodat deze zijn verplichting uit hoofde van deze verordening kan nakomen. Informatie wordt tijdig en accuraat toegezonden overeenkomstig de beste praktijken en industriële normen, via een gestandaardiseerd geautomatiseerd proces, voor zover dit technisch mogelijk is.
- 4b.** Aanbieders van reclamediensten zenden, indien nodig, aan de verwerkingsverantwoordelijken de informatie toe die nodig is om aan leden 3 en 4 te voldoen.

5. Uitgevers van politieke reclame die gebruikmaken van targeting- of amplificatietechnieken **die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens**, [...] vermelden in of samen met de reclameboodschap [...] **of** in de transparantieverklaring bedoeld in artikel 7a een verwijzing naar doeltreffende middelen om individuele personen te ondersteunen bij de uitoefening van hun rechten uit hoofde van Verordening (EU) 2016/679 **of Verordening (EU) 2018/1725, naargelang het geval**.
6. De overeenkomstig [...] **de leden 3 tot en met 5** te verstrekken informatie wordt gepresenteerd in een formaat dat gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar – indien technisch uitvoerbaar –, duidelijk zichtbaar en, mede door het gebruik van eenvoudige taal, gebruiksvriendelijk is.
- [...]
8. De Commissie is bevoegd overeenkomstig artikel 19 gedelegeerde handelingen vast te stellen om bijlage II te wijzigen door elementen van de krachtens lid **[...]**3, punt **[...]** c), van dit artikel te verstrekken informatie **toe te voegen of** aan te passen [...], in het licht van technologische ontwikkelingen, [...] relevant wetenschappelijk onderzoek en ontwikkelingen op het gebied van het toezicht door de bevoegde autoriteiten en relevante richtsnoeren als vastgesteld door bevoegde instanties.

Artikel 13

Toezending van informatie over targeting en amplificatie aan andere belanghebbende entiteiten

1. De[...] [...] verwerkingsverantwoordelijken [...] nemen passende maatregelen om overeenkomstig artikel 11, lid 1, op verzoek van belanghebbende entiteiten de in artikel 12 bedoelde informatie kosteloos toe te zenden.
2. Het bepaalde in artikel 11, leden 2 tot en met 7, is van overeenkomstige toepassing.

HOOFDSTUK IV – TOEZICHT EN HANDHAVING

Artikel 14

Wettelijke vertegenwoordiger

1. Dienstaanbieders die wel politieke reclamediensten aanbieden in de Unie, maar daar geen vestiging hebben, wijzen schriftelijk een natuurlijke persoon of rechtspersoon aan als hun wettelijke vertegenwoordiger in een van de lidstaten waar de dienstaanbieder zijn diensten aanbiedt.
2. De wettelijke vertegenwoordiger is verantwoordelijk voor de uitoefening van het toezicht op de naleving van de verplichtingen van de vertegenwoordigde dienstaanbieder uit hoofde van deze verordening en is degene aan wie alle in deze verordening bedoelde mededelingen aan de relevante dienstaanbieder gericht zijn. Elke mededeling aan die wettelijke vertegenwoordiger wordt beschouwd als een mededeling aan de vertegenwoordigde dienstaanbieder.

Bevoegde autoriteiten en contactpunten

1. De in artikel 51 van Verordening (EU) 2016/679 of artikel 52 van Verordening (EU) 2018/1725 bedoelde toezichthoudende autoriteiten zijn bevoegd om op hun respectieve bevoegdheidsgebied toezicht te houden op de toepassing van artikel 12 van deze verordening. Artikel 58 van Verordening (EU) 2016/679 en artikel 58 van Verordening (EU) 2018/1725 zijn van overeenkomstige toepassing. Hoofdstuk VII van Verordening (EU) 2016/679 is van toepassing op activiteiten die onder artikel 12 van deze verordening vallen.
2. Waar van toepassing, wijzen de lidstaten bevoegde autoriteiten aan voor het toezicht op de naleving door aanbieders van tussenhandelsdiensten in de zin van Verordening (EU) 2021/xxx [DSA], van de verplichtingen van de artikelen 5 tot en met 11 en 14 van deze verordening. De krachtens Verordening (EU) 2021/xxx [wet inzake digitale diensten] aangewezen bevoegde autoriteiten kunnen ook een van de bevoegde autoriteiten zijn die zijn aangewezen om erop toe te zien dat online tussenpersonen voldoen aan de verplichtingen van de artikelen 5 tot en met 11 en 14 van deze verordening. In elke lidstaat is de in artikel 38 van Verordening (EU) 2021/xxx bedoelde coördinator voor digitale diensten verantwoordelijk voor de coördinatie op nationaal niveau met betrekking tot aanbieders van tussenhandelsdiensten als gedefinieerd in Verordening (EU) 2021/xxx [wet inzake digitale diensten]. Artikel 45, leden 1 tot en met 4, en artikel 46, lid 1, van Verordening (EU) 2021/xxx [wet inzake digitale diensten] zijn van toepassing op aangelegenheden die verband houden met de toepassing van deze verordening met betrekking tot aanbieders van tussenhandelsdiensten.
3. Elke lidstaat wijst een of meer bevoegde autoriteiten aan die verantwoordelijk zijn voor de toepassing en handhaving van de niet in de leden 1 en 2 genoemde aspecten van deze verordening. Elke krachtens dit lid aangewezen bevoegde instantie is structureel volledig onafhankelijk van de sector en vrij van elke externe interventie of politieke druk. Zij houdt in volledige onafhankelijkheid effectief toezicht op de naleving van deze verordening en neemt de maatregelen die nodig en evenredig zijn om die naleving te waarborgen.

4. Bij de uitoefening van hun toezichthoudende taken met betrekking tot deze verordening hebben de in lid 3 bedoelde bevoegde autoriteiten de bevoegdheid om aanbieders van politieke reclamediens ten om toegang te vragen tot de gegevens, documenten of informatie die zij nodig hebben voor de uitoefening van hun toezichthoudende taken.
5. De bevoegde autoriteiten bedoeld in lid 3 hebben bij de uitoefening van hun handhavingsbevoegdheden met betrekking tot deze verordening de bevoegdheid om:
 - a) aanbieders van politieke reclamediens ten te waarschuwen als deze hun verplichtingen uit hoofde van deze verordening niet naleven;
 - b) een openbare verklaring af te leggen waarin wordt aangegeven welke natuurlijke of rechtsperso(n)en verantwoordelijk is of zijn voor de inbreuk van een in deze richtlijn vastgestelde verplichting en wat de aard van die inbreuk is;
 - c) administratieve geldboeten en financiële sancties op te leggen.
6. De lidstaten zorgen voor samenwerking tussen de bevoegde autoriteiten, met name in het kader van nationale verkiezingsnetwerken, om de snelle, beveiligde uitwisseling van informatie over kwesties die verband houden met de uitoefening van hun toezichts- en handhavingstaken uit hoofde van deze verordening te vergemakkelijken, onder meer door gezamenlijk inbreuken vast te stellen, bevindingen en deskundigheid te delen en over de toepassing en handhaving van de relevante regels te overleggen.
7. Elke lidstaat wijst voor de toepassing van deze verordening één bevoegde autoriteit aan als contactpunt op het niveau van de Unie.

8. Wanneer een aanbieder van politieke reclamediensten diensten verricht in meer dan één lidstaat, of zijn hoofdvestiging of een vertegenwoordiger in een lidstaat heeft, maar zijn hoofdactiviteiten in een andere lidstaat verricht, werken de bevoegde autoriteit van de lidstaat van de hoofdvestiging of andere vestiging of van de vertegenwoordiger, en de bevoegde autoriteiten van die andere lidstaten met elkaar samen en verlenen zij elkaar indien nodig bijstand. Tenzij deze samenwerking reeds in het recht van de Unie is geregeld, omvat zij ten minste het volgende:
- a) de bevoegde autoriteiten die in een lidstaat toezichts- of handhavingsmaatregelen toepassen, informeren en raadplegen via het in lid 7 bedoelde contactpunt de bevoegde autoriteiten in de andere betrokken lidstaat of lidstaten over de genomen toezichts- en handhavingsmaatregelen en de opvolging daarvan;
 - b) een bevoegde autoriteit kan via het in lid 7 bedoelde contactpunt door middel van een gemotiveerd, gerechtvaardigd en evenredig verzoek een andere bevoegde autoriteit verzoeken om de in de leden 4 en 5 bedoelde toezichts- of handhavingsmaatregelen te nemen, indien die autoriteit daartoe beter in staat is; en
 - c) een bevoegde autoriteit verleent, na ontvangst van een met redenen omkleed verzoek van een andere bevoegde autoriteit, de andere bevoegde autoriteit bijstand, zodat de in de leden 4 en 5 bedoelde toezichts- of handhavingsmaatregelen op een effectieve, efficiënte en consistente wijze kunnen worden uitgevoerd. De aldus aangezochte bevoegde autoriteit geeft, binnen een termijn die in verhouding staat tot de urgentie van het verzoek, via de in lid 7 bedoelde contactpunten een antwoord, waarin zij ofwel de gevraagde gegevens verstrekt, ofwel meedeelt dat zij de uit deze verordening voortvloeiende voorwaarden voor verzoeken om bijstand niet vervuld acht. Alle informatie die wordt uitgewisseld in het kader van de krachtens dit artikel gevraagde en verleende bijstand, wordt uitsluitend gebruikt ten behoeve van de aangelegenheid waarvoor zij is gevraagd.
9. De contactpunten komen op gezette tijden op het niveau van de Unie bijeen in het kader van het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen om de snelle en beveiligde uitwisseling van informatie over kwesties die verband houden met de uitoefening van hun toezichts- en handhavingstaken uit hoofde van deze verordening te vergemakkelijken.

Artikel 16

Sancties

1. Met betrekking tot de artikelen 5 tot en met 11, 13 en 14 stellen de lidstaten regels vast inzake sancties, met inbegrip van administratieve geldboeten en financiële sancties, die wegens inbreuken op deze verordening kunnen worden opgelegd aan onder hun bevoegdheid vallende aanbieders van politieke reclamediensten en die in elk afzonderlijk geval doeltreffend, evenredig en afschrikkend moeten zijn.
2. De lidstaten delen de Commissie deze regels uiterlijk twaalf maanden na de datum van inwerkingtreding van deze verordening mee en stellen haar onverwijld in kennis van alle latere wijzigingen die erop van invloed zijn.
3. Bij het nemen van een besluit over het soort sancties en de zwaarte ervan wordt in elk afzonderlijk geval naar behoren rekening gehouden met onder meer het volgende:
 - a) de aard, de ernst en de duur van de inbreuk;
 - b) het opzettelijke of nalatige karakter van de inbreuk;
 - c) de maatregelen die zijn genomen om schade te beperken;
 - d) eventuele relevante eerdere inbreuken en enige andere verzwarende of verzachtende factor die van toepassing is op de omstandigheden van de zaak; en
 - e) de mate waarin medewerking aan de bevoegde autoriteit wordt verleend.
4. Inbreuken op artikel 7 worden als bijzonder ernstig beschouwd wanneer zij betrekking hebben op politieke reclame die tijdens een verkiezingsperiode wordt gepubliceerd of verspreid en is gericht op burgers in de lidstaat waar de desbetreffende verkiezingen worden gehouden.

5. Indien een dienstaanbieder opzettelijk of uit onachtzaamheid inbreuk maakt op de bepalingen van deze verordening voor dezelfde of verwante politieke reclame, moet het totale bedrag van de administratieve geldboete voldoende kunnen worden aangepast om alle relevante factoren in aanmerking te kunnen nemen; indien de verordening in meerdere opzichten is geschonden, wordt dit tot uitdrukking gebracht in de hoogte van de totale geldboete, overeenkomstig het evenredigheidsbeginsel.
6. Voor inbreuken op de in artikel 12 vastgestelde verplichtingen kunnen de in artikel 51 van Verordening (EU) 2016/679 bedoelde toezichthoudende autoriteiten binnen hun bevoegdheidssfeer administratieve geldboeten opleggen overeenkomstig artikel 83 van Verordening (EU) 2016/679, welke kunnen oplopen tot het in artikel 83, lid 5, van die verordening bedoelde bedrag.
7. Voor inbreuken op de in artikel 12 vastgestelde verplichtingen kan de in artikel 52 van Verordening (EU) 2018/1725 bedoelde toezichthoudende autoriteit binnen haar bevoegdheidssfeer administratieve geldboeten opleggen overeenkomstig artikel 66 van Verordening (EU) 2018/1725, welke kunnen oplopen tot het in artikel 66, lid 3, van die verordening bedoelde bedrag.

Artikel 17

Bekendmaking van verkiezingsperioden

De lidstaten publiceren de data van hun nationale verkiezingsperioden op een gemakkelijk toegankelijke plaats, met een passende verwijzing naar deze verordening.

HOOFDSTUK V – SLOTBEPALINGEN

Artikel 18

Evaluatie en toetsing

Binnen twee jaar na elke verkiezing voor het Europees Parlement, en voor het eerst uiterlijk op 31 december 2026, dient de Commissie een verslag in over de evaluatie en toetsing van deze verordening. In dit verslag wordt beoordeeld of deze verordening moet worden gewijzigd. Dit verslag wordt openbaar gemaakt.

Artikel 19

Uitoefening van de bevoegdheidsdelegatie

1. De bevoegdheid om gedelegeerde handelingen vast te stellen, wordt aan de Commissie toegekend onder de in dit artikel neergelegde voorwaarden.
2. De in artikel 7, lid 8, en artikel 12, lid 8, bedoelde bevoegdheid om gedelegeerde handelingen vast te stellen, wordt aan de Commissie toegekend voor een termijn van [tot de evaluatie van de toepassing van deze verordening, twee jaar na de volgende verkiezingen voor het Europees Parlement].
3. Het Europees Parlement of de Raad kan de in artikel 7, lid 8, en artikel 12, lid 8, bedoelde bevoegdheidsdelegatie te allen tijde intrekken. Het besluit tot intrekking beëindigt de delegatie van de in dat besluit genoemde bevoegdheid. Het wordt van kracht op de dag na die van de bekendmaking ervan in het Publicatieblad van de Europese Unie of op een daarin genoemde latere datum. Het laat de geldigheid van de reeds van kracht zijnde gedelegeerde handelingen onverlet.

4. Zodra de Commissie een gedelegeerde handeling heeft vastgesteld, doet zij van die handeling gelijktijdig kennisgeving aan het Europees Parlement en de Raad.
5. Een overeenkomstig artikel 7, lid 8, of artikel 12, lid 8, vastgestelde gedelegeerde handeling treedt alleen in werking indien het Europees Parlement noch de Raad daartegen binnen een termijn van twee maanden na de kennisgeving van de handeling aan het Europees Parlement en de Raad bezwaar heeft gemaakt, of indien zowel het Europees Parlement als de Raad voor het verstrijken van die termijn de Commissie hebben meegedeeld dat zij daartegen geen bezwaar zullen maken. Die termijn wordt op initiatief van het Europees Parlement of de Raad met twee maanden verlengd.

Artikel 20

Inwerkingtreding en toepassing

1. Deze verordening treedt in werking op de twintigste dag na die van de bekendmaking ervan in het Publicatieblad van de Europese Unie.
2. Zij is van toepassing met ingang van 1 april 2023.
3. Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke lidstaat.

Gedaan te Brussel,

Voor het Europees Parlement
De voorzitter

Voor de Raad
De voorzitter