

Bruxelles, 10 iunie 2022
(OR. en)

Dosar interinstituțional:
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

NOTĂ

Sursă:	Secretariatul General al Consiliului
Destinatar:	Delegațiile
Nr. doc. ant.:	8647/22 + REV1
Nr. doc. Csie:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Subiect:	Propunere de REGULAMENT AL PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI AL CONSILIULUI privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică – Text de compromis al președinției

În anexă, se pune la dispoziția delegațiilor un text de compromis **revizuit** al președinției cu privire la propunerea sus-menționată.

Textul eliminat din propunerea Comisiei este marcat cu simbolul „[...]”, iar textul adăugat la propunerea Comisiei este evidențiat prin **caractere aldine subliniate**.

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

(Text cu relevanță pentru SEE)

PARLAMENTUL EUROPEAN ȘI CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

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

având în vedere propunerea Comisiei Europene,

după transmiterea proiectului de act legislativ către parlamentele naționale,

având în vedere avizul Comitetului Economic și Social European¹,

având în vedere avizul Comitetului Regiunilor²,

hotărând în conformitate cu procedura legislativă ordinară,

¹ JO C , , p. .

² JO C , , p. .

întrucât:

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

- (4) Necesitatea de a asigura transparența este un obiectiv public legitim, în conformitate cu valorile comune ale UE și ale statelor sale membre prevăzute la articolul 2 din Tratatul privind Uniunea Europeană („TUE”). Nu este întotdeauna ușor pentru cetățeni să recunoască materialele publicitare politice și să își exercite drepturile democratice în cunoștință de cauză. **Complexitatea tot mai mare a dezinformării, diversificarea actorilor, evoluția rapidă a noilor tehnologii și răspândirea intensificată a interferențelor manipulative sunt provocări majore pentru UE și statele membre. Publicitatea politică poate fi un vector de dezinformare, în special atunci când nu se dezvăluie caracterul politic al acestuia și atunci când aceasta vizează un public-țintă sau vizează amplificarea impactului unui material publicitar politic**. Este necesar un nivel ridicat de transparență, printre altele, pentru a sprijini o dezbatere politică deschisă și echitabilă **în asigurarea unor campanii politice democratice**, și alegeri sau referendumuri libere și corecte și pentru a combate dezinformarea și ingerințele ilegale, inclusiv din străinătate. [...]. Dacă publicitatea politică este transparentă, alegătorii pot să înțeleagă mai bine, atunci când li se prezintă un material publicitar politic, în numele cui se difuzează materialul publicitar și modul în care sunt vizați de un furnizor de servicii de publicitate, fiind astfel capabili într-o măsură mai mare să își exprime opțiunea de vot în cunoștință de cauză.
- (5) În contextul publicității politice se utilizează frecvent tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic. Prin tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic ar trebui să se înțeleagă tehnicile care sunt utilizate fie pentru a adresa un material publicitar politic personalizat numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, fie pentru a spori circulația, raza de acțiune sau audiența unui material publicitar politic. Având în vedere puterea și potențialul de utilizare abuzivă a datelor cu caracter personal în tehnicile de vizare a unui public-țintă, inclusiv prin microvizarea unui public-țintă și alte tehnici avansate, astfel de tehnici pot reprezenta amenințări specifice la adresa intereselor publice legitime, cum ar fi echitatea, egalitatea de șanse și transparența procesului electoral, precum și dreptul fundamental de a fi informat într-un mod obiectiv, transparent și pluralist.

- (6) Publicitatea politică este în prezent reglementată în mod eterogen în statele membre, și, în multe cazuri, reglementările în vigoare tind să se concentreze asupra mass-mediei tradiționale. Există restricții specifice, inclusiv în ceea ce privește furnizarea transfrontalieră de servicii de publicitate politică. Unele state membre interzic furnizorilor de servicii din UE stabiliți în alte state membre să presteze servicii de natură politică sau cu scop politic în timpul perioadelor electorale. În același timp, este probabil ca în unele state membre să existe lacune și deficiențe în legislația națională, ceea ce poate duce uneori la difuzarea de publicitate politică fără a se ține seama de normele naționale relevante, existând riscuri ca obiectivul reglementării transparenței în publicitatea politică să fie subminat.
- (7) Pentru a asigura un grad sporit de transparență a publicității politice, inclusiv pentru a răspunde preocupărilor cetățenilor, unele state membre au explorat deja sau au în vedere măsuri suplimentare pentru a aborda transparența publicității politice și pentru a sprijini o dezbatere politică echitabilă și alegeri sau referendumuri libere și corecte. Aceste măsuri naționale sunt avute în vedere în special pentru publicitatea publicată și difuzată online și pot include interdicții suplimentare. Tipul de măsuri variază de la măsuri fără caracter obligatoriu la măsuri obligatorii și implică diferite elemente de transparență.
- (8) Această situație duce la fragmentarea pieței interne, reduce securitatea juridică pentru furnizorii de servicii de publicitate politică care pregătesc, plasează, **promovează**, publică sau difuzează materiale publicitare politice, creează obstacole în calea liberei circulații a serviciilor conexe, denaturează concurența pe piața internă, inclusiv între furnizorii de servicii offline și online, și implică eforturi complexe de asigurare a conformității și costuri suplimentare pentru furnizorii de servicii relevanți.
- (9) În acest context, este probabil ca furnizorii de servicii de publicitate politică să fie descurajați să își furnizeze serviciile în situații transfrontaliere. Acest lucru este valabil în special pentru microîntreprinderi și IMM-uri, care adesea nu dispun de resursele necesare pentru a absorbi sau a transfera costurile ridicate de asigurare a conformității legate de pregătirea, plasarea, **promovarea**, publicarea sau difuzarea publicității politice în mai multe state membre. Acest lucru limitează disponibilitatea serviciilor și are un impact negativ asupra posibilității ca furnizorii de servicii să inoveze și să ofere campanii multimodale și multinaționale în cadrul pieței interne.

- (10) Prin urmare, ar trebui să se asigure un nivel ridicat și consecvent de transparență a publicității politice în întreaga Uniune atunci când se furnizează servicii de publicitate politică, prevenindu-se existența unor divergențe care împiedică libera circulație a serviciilor conexe în cadrul pieței interne prin stabilirea unor obligații uniforme de transparență pentru furnizorii de servicii de publicitate politică și garantându-se protecția uniformă a drepturilor persoanelor și supravegherea în întreaga piață internă în temeiul articolului 114 din TFUE.
- (11) Statele membre nu ar trebui să mențină sau să introducă în legislația lor internă dispoziții **privind transparența publicității politice care sunt** diferite de cele stabilite în prezentul regulament, în special dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, care ar genera niveluri diferite de transparență în publicitatea politică. Armonizarea deplină a cerințelor de transparență legate de publicitatea politică sporește securitatea juridică și reduce fragmentarea obligațiilor pe care furnizorii de servicii le îndeplinesc în contextul publicității politice.
- (12) Armonizarea deplină a cerințelor de transparență nu ar trebui să aducă atingere libertății furnizorilor de servicii de publicitate politică de a furniza în mod voluntar informații suplimentare privind publicitatea politică, **de exemplu [...] rata de clicuri a unui anumit material publicitar politic online,** ca parte a libertății de exprimare **și de informare** protejate în temeiul articolului 11 din Carta drepturilor fundamentale.
- (13) Prezentul regulament nu ar trebui să afecteze **nici** conținutul [...] publicității politice și nici normele **Uniunii sau ale statelor membre** care reglementează [...] **prezentarea publicității politice, [...] perioadele electorale și desfășurarea campaniilor politice, inclusiv interdicțiile privind publicitatea** [...].
- (13a) La aplicarea [și asigurarea respectării] prezentului regulament ar trebui să se țină seama de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii, în conformitate cu principiul proporționalității. Noțiunea de microîntreprinderi și de întreprinderi mici și mijlocii ar trebui înțeleasă în sensul articolului 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE.**

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

(14a) Particularitățile mijlocului de publicare, în special pentru a adapta modalitățile la televiziune, radio și ziar, ar trebui să fie luate în considerare, după caz, la aplicarea prezentului regulament în conformitate cu legislația UE.

- (15) Nu există nicio definiție a publicității politice sau a materialelor publicitare politice la nivelul Uniunii. Este necesară o definiție comună pentru a stabili domeniul de aplicare al obligațiilor de transparență armonizate și al normelor privind vizarea unui public-țintă și amplificarea impactului unui material publicitar politic. Această definiție ar trebui să acopere numeroasele forme pe care le poate lua publicitatea politică, precum și orice mijloace și modalități de publicare sau difuzare în cadrul Uniunii, indiferent dacă sursa se află în Uniune sau într-o țară terță.
- (16) Definiția publicității politice ar trebui să includă publicitatea **pregătită, plasată, promovată**, publicată sau difuzată direct sau indirect de către sau pentru un actor politic ori în numele acestuia. Întrucât materialele publicitare difuzate de către, pentru sau în numele unui actor politic nu pot fi separate de activitatea lor în calitate de actor politic, se poate presupune că acestea sunt de natură să influențeze dezbaterile politice, cu excepția mesajelor pur private sau pur comerciale.

- (17) **Promovarea**, publicarea sau difuzarea de către alți actori a unui mesaj care este de natură **și este concepută** să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, un proces legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot **la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local sau la nivelul partidelor politice** ar trebui, de asemenea, să constituie publicitate politică. **Ar trebui să existe o legătură clară și substanțială între mesaj și potențialul acestuia de a influența rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.** Pentru a stabili **existența unei astfel de legături** [...], ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți, cum ar fi **sponsorul mesajului**, conținutul mesajului, limba utilizată pentru transmiterea mesajului, contextul în care este transmis mesajul, **inclusiv perioada de difuzare cum ar fi o perioadă electorală**, obiectivul mesajului, [...] mijloacele prin care acesta este **promovat**, publicat sau difuzat, **și publicul-țintă**. Mesajele privind aspecte societale sau controversate pot[...] **fi de natură și concepute** să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.
- (18) Informațiile practice, din surse oficiale, privind **exclusiv** organizarea și modalitățile de participare la alegeri sau referendumuri nu ar trebui să fie considerate publicitate politică.
- (19) Opiniile politice exprimate **sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii în orice mass-media, inclusiv** în programele **serviciilor mass-media** audiovizuale **în sensul articolului 1 alineatul (1) litera (a) din Directiva 2010/13/UE³, în transmisiile de radio liniare și neliniare**, [...] publicate în presa scrisă **sau online, cu excepția cazului în care furnizorul de servicii a fost remunerat pentru opinia politică exprimată** [...] nu ar trebui să intre sub incidența prezentului regulament.

³ JO L 95, 15.4.2010, p. 1.

- (20) În sensul prezentului regulament, prin alegeri ar trebui să se înțeleagă alegerile pentru Parlamentul European, precum și toate alegerile sau referendumurile organizate la nivel național, regional și local în statele membre și alegerile pentru stabilirea conducerii partidelor politice. Alte forme de alegeri, cum ar fi tururile de scrutin organizate **în cadrul unei profesii sau** în mod privat, nu ar trebui incluse în această noțiune.
- (21) Este necesar ca materialul publicitar politic să fie definit ca un caz de publicitate politică. În noțiunea de material publicitar intră și mijloacele prin care mesajul publicitar este comunicat, inclusiv în format tipărit, prin mijloace de televiziune și de radiodifuziune sau prin intermediul unui serviciu oferit de o platformă online.
- (22) În sensul prezentului regulament, prin actori politici ar trebui să se înțeleagă concepte definite în dreptul Uniunii, precum și în legislația națională, în conformitate cu instrumentele juridice internaționale, cum ar fi cele ale Consiliului Europei. Conceptul de [...] **actori politici** ar trebui să includă entitățile afiliate și cele subsidiare **ale unui partid politic** înființate, cu sau fără personalitate juridică, pentru a[...] **-i** sprijini sau a urmări îndeplinirea obiectivelor pe care [...] **aceștia** și le-au propus, de exemplu prin stabilirea de contacte cu un grup specific de alegători sau într-un scop electoral specific.
- (23) Conceptul de actori politici ar trebui să includă, de asemenea, **candidații la orice mandat electiv sau deținătorii acestuia** [...] și [...] **membrii din cadrul** [...] administrației **statelor membre** de la nivel [...] național, regional sau local **sau membrii din cadrul unei instituții a Uniunii, cu excepția Curții de Justiție, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi**. În definiția respectivă ar trebui incluse și alte organizații politice, **înființate pentru a obține un rezultat specific în cadrul unor alegeri sau al unui referendum**.
- (24) Noțiunea de campanie de publicitate [...] ar trebui să se refere la pregătirea, **plasarea, promovarea**, publicarea și difuzarea unei serii de materiale publicitare conexe în executarea unui contract de publicitate politică, pe baza unei pregătiri, sponsorizări și finanțări comune. [...]
- (25) Definiția publicității politice nu ar trebui să afecteze definițiile naționale ale partidelor politice, ale obiectivelor politice sau ale perioadelor [...] **electorale** la nivel național.

- (26) Pentru a acoperi gama largă de furnizori relevanți de servicii legate de serviciile de publicitate politică, noțiunea de furnizori de servicii de publicitate politică ar trebui să fie înțeleasă ca incluzând furnizorii implicați în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea [...] sau difuzarea de publicitate politică. **Furnizorii care furnizează servicii pur auxiliare în legătură cu serviciile de publicitate politică nu ar trebui să fie considerați furnizori de servicii de publicitate politică în sensul prezentului regulament.**
- (26a) **Editorii de publicitate politică ar trebui să fie considerați furnizori de servicii de publicitate politică, în mod normal la capătul lanțului de furnizori de servicii, publicând și difuzând publicitatea politică prin radiodifuziune, punând-o la dispoziție prin intermediul unei interfețe sau aducând-o în alt mod în domeniul public.**
- (26b) **Prin sponsor ar trebui să se înțeleagă persoana în numele căreia publicitatea politică este pregătită, plasată, promovată, publicată sau difuzată, de exemplu un candidat individual la alegeri, un terț înregistrat sau un partid politic.**
- (27) Noțiunea de servicii de publicitate politică nu ar trebui să includă mesajele care sunt partajate de persoane exclusiv în nume propriu. Nu ar trebui să se considere că persoanele acționează în nume propriu dacă publică mesaje a căror difuzare sau publicare este plătită de [...] un terț.
- (28) Odată ce **sponsorul declară** [...] faptul că [...] publicitatea **este** politică, acest lucru ar trebui indicat în mod clar altor furnizori de servicii implicați în serviciile de publicitate politică. **Sponsorul ar trebui să facă această declarație cu bună-credință.**
- În plus, odată ce [...] **o publicitate** a fost identificată ca [...] **publicitate** politică, difuzarea sa ulterioară ar trebui să respecte în continuare cerințele de transparență. De exemplu, atunci când [...] **publicitatea politică astfel cum este definită în prezentul regulament** este partajată în mod natural, publicitatea ar trebui să fie etichetată în continuare ca publicitate politică.

(28a) Având în vedere importanța garantării în special a eficacității cerințelor de transparență, sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor ar trebui să transmită cu bună-credință informațiile relevante în timp util, în mod complet și exact pentru a permite altor furnizori de servicii de publicitate politică din lanț să respecte prezentul regulament. Atunci când editorul de publicitate politică este singurul furnizor de servicii de publicitate politică, sponsorul ar trebui să comunice aceste informații editorului de publicitate politică. În cazul unei declarații sau al unor informații vădit eronate, furnizorii de servicii de publicitate ar trebui să solicite sponsorilor și furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor să își corecteze declarația.

(28b) O declarație sau o informație ar trebui considerată vădit eronată dacă acest lucru rezultă din conținutul publicității, din natura sponsorului sau din contextul în care este prestat serviciul relevant, fără să fie necesare verificări suplimentare sau demersuri de stabilire a faptelor.

(29) Normele privind transparența prevăzute în prezentul regulament ar trebui să se aplice numai serviciilor de publicitate politică, și anume publicității politice care este furnizată în mod normal contra unei remunerații, care poate fi și o prestație în natură. Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice conținutului încărcat de un utilizator al unui serviciu intermediar online, cum ar fi o platformă online, și difuzat de către serviciul intermediar online fără o contraprestație pentru plasarea, publicarea sau difuzarea mesajului specific, cu excepția cazului în care utilizatorul a fost remunerat de un terț pentru materialul publicitar politic.

(30) Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice nici schimbului de informații prin intermediul serviciilor de comunicații electronice, cum ar fi serviciile de mesaje electronice sau apelurile telefonice, atât timp cât nu este implicat niciun serviciu de publicitate politică.

- (31) Libertatea de exprimare **și de informare**, astfel cum este protejată de articolul 11 din Carta drepturilor fundamentale, include dreptul unei persoane de a avea opinii politice, de a primi și de a transmite informații politice și de a împărtăși idei politice. Orice limitare a **acestei libertăți** [...] trebuie să respecte articolul 52 din Carta drepturilor fundamentale. [...] **A**ceastă libertate poate face obiectul unor modulări și restricții atunci când acestea sunt justificate de urmărirea unui interes public legitim și dacă se respectă principiile generale ale dreptului Uniunii, cum ar fi proporționalitatea și securitatea juridică. Aceasta este situația în special atunci când ideile politice sunt comunicate prin intermediul furnizorilor de servicii de publicitate.
- (32) În ceea ce privește intermediarii online, Regulamentul (UE) 202[...]**2**/XX [Actul legislativ privind serviciile digitale] se aplică materialelor publicitare politice publicate sau difuzate de intermediarii online prin norme orizontale aplicabile tuturor tipurilor de publicitate online, inclusiv materialelor publicitare comerciale și politice. Pe baza definiției publicității politice stabilite în prezentul regulament, este oportun să se ofere mai multe detalii privind cerințele de transparență prevăzute pentru editorii de publicitate care intră în domeniul de aplicare al Regulamentului (UE) 202**2**[...]/XX [Actul legislativ privind serviciile digitale], în special pentru platformele **online** foarte mari. Este vorba în special de informațiile referitoare la finanțarea materialelor publicitare politice. **I** Cerințele prezentului regulament nu afectează dispozițiile Actului legislativ privind serviciile digitale, nici în ceea ce privește evaluarea riscurilor și obligațiile de atenuare a riscurilor pentru platformele online foarte mari din perspectiva sistemelor lor de publicitate. **I**
- (33) Pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea publicității politice pot implica un lanț complex de furnizori de servicii. Acest lucru este valabil în special atunci când selectarea conținutului publicitar, alegerea criteriilor de vizare a unui public-țintă **și de amplificare a impactului unui material publicitar politic**, furnizarea de date utilizate pentru vizarea unui public-țintă **și amplificarea impactului unui material publicitar politic**, furnizarea de tehnici de vizare a unui public-țintă **și de amplificare a impactului unui material publicitar politic**, furnizarea unui material publicitar și difuzarea acestuia pot fi controlate de furnizori de servicii diferiți. De exemplu, serviciile automatizate pot sprijini corelarea profilului unui utilizator al unei interfețe cu conținutul publicitar care îi va fi furnizat, utilizând date cu caracter personal colectate direct de la utilizatorul serviciului și din comportamentul online al utilizatorului, precum și date deduse.

- (34) Având în vedere importanța garantării, în special, a eficacității cerințelor de transparență, inclusiv pentru a facilita controlul respectării acestora, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să se asigure că informațiile relevante pe care le colectează în cadrul furnizării serviciilor lor, inclusiv indicația că un material publicitar este de natură politică, **sunt complete și exacte și** îi sunt furnizate editorului de publicitate politică care aduce materialul publicitar politic în atenția publicului. Pentru a sprijini punerea în aplicare eficientă a acestei cerințe și furnizarea corectă și la timp a acestor informații, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui **să transmită informațiile respective în același timp cu furnizarea serviciului relevant, să ia în considerare și** să sprijine automatizarea transmiterii de informații între furnizorii de servicii de publicitate politică. **Atunci când furnizorii de servicii de publicitate politică iau cunoștință de faptul că informațiile pe care le-au transmis au fost actualizate, aceștia ar trebui să se asigure că respectivele informații actualizate sunt comunicate editorului de publicitate politică relevant.**
- (34a) Furnizorii de servicii de publicitate politică iau cunoștință de faptul că informațiile ar trebui actualizate atunci când sponsorul sau furnizorul de servicii care acționează în numele său informează furnizorul de servicii de publicitate politică cu privire la o modificare relevantă. Editorul de publicitate politică poate, de asemenea, să devină conștient de această necesitate de actualizare prin intermediul mecanismului de notificare prevăzut în prezentul regulament.**
- (34[...])b) În cazul în care furnizorii de servicii de publicitate politică [...] iau cunoștință de o eroare vădită, de inexactități sau de omisiuni [...] în informațiile comunicate, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să depună eforturi rezonabile pentru a se asigura că o astfel de eroare vădită, [...] inexactitate sau omisiune este corectată, în special prin confirmarea informațiilor furnizate de furnizorul de servicii de publicitate politică [...] sau, după caz, de sponsorul însuși. Furnizorul de servicii de publicitate politică nu ar trebui să fie obligat să se angajeze în demersuri excesive sau costisitoare de stabilire a faptelor [...]. De asemenea, eforturile rezonabile se pot reflecta și în acordurile contractuale încheiate între furnizorii de servicii și cu sponsorul, după caz.**

(34)[...](c) Eforturile rezonabile ar trebui să includă măsuri diligente și obiective, cum ar fi contactarea sponsorului sau a furnizorului de servicii de publicitate politică [...] în cauză, pentru a completa sau corecta informațiile. Ar trebui să se țină seama de natura și de importanța informațiilor eronate sau care lipsesc în raport cu cerințele prevăzute de prezentul regulament.

(35) În cazul în care o construcție comercială sau contractuală artificială riscă să eludeze efectul util al obligațiilor de transparență prevăzute în prezentul regulament, obligațiile respective ar trebui să se aplice entităților sau entităților care, în fond, furnizează serviciul de publicitate.

[...]

(37) Deși implică cerințe specifice, niciuna dintre obligațiile prevăzute în prezentul regulament nu ar trebui înțeleasă ca impunând în sarcina furnizorilor de servicii intermediare o obligație generală de monitorizare a conținutului politic partajat de persoane fizice sau juridice sau o obligație generală de a lua măsuri proactive în legătură cu conținutul legat de activități ilegale pe care furnizorii respectivi îl transmit sau îl stochează.

- (38) Transparența publicității politice ar trebui să le permită cetățenilor să înțeleagă că sunt în prezența unui material publicitar politic. Editorii de publicitate politică ar trebui să asigure publicarea [...] **împreună cu** fiecare material publicitar politic, a unei declarații clare care să ateste că este vorba despre un material publicitar politic și să indice identitatea sponsorului său. După caz, numele sponsorului ar putea include un logo politic. Editorii de publicitate politică ar trebui să utilizeze o etichetare eficace, ținând seama de evoluțiile cercetărilor științifice relevante și de cele mai bune practici privind asigurarea transparenței prin etichetarea ca publicitate. **Prezentarea declarației și numele sponsorului pot varia în funcție de mijloacele utilizate. În ceea ce privește serviciile de radiodifuziune, ar putea fi utilizată, de exemplu, o declarație înainte sau după publicitate.** Aceștia ar trebui, de asemenea, să asigure publicarea, [...] **împreună cu** fiecare material publicitar politic, a unor informații care să permită înțelegerea contextului mai larg al publicității politice și a obiectivelor sale, care pot fi incluse în materialul în sine sau pot fi furnizate de editor pe site-ul său web, accesibil prin intermediul unui link, **al unui cod de răspuns rapid (sau „cod QR”)** sau al unei instrucțiuni echivalente clare și ușor de utilizat, incluse în material.

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

- (40) Informațiile care trebuie incluse în notificarea privind transparența ar trebui să fie furnizate chiar în materialul publicitar sau să poată fi accesate cu ușurință pe baza unei indicații furnizate în material. **Prezentarea informațiilor poate varia în funcție de mijloacele utilizate. Pentru a accesa cu ușurință informațiile din notificarea privind transparența în materialul publicitar offline, s-ar putea utiliza, de exemplu, un link specific către o pagină web, un cod de răspuns rapid (sau „cod QR”) sau măsuri tehnice echivalente ușor de utilizat.**

Cerința ca informațiile referitoare la notificarea privind transparența să fie, printre altele, perceptibile în mod clar ar trebui să implice faptul că acestea sunt plasate într-un mod care le face ușor de observat în materialul publicitar sau împreună cu acesta. Cerința ca informațiile publicate în notificarea privind transparența să fie ușor accesibile, citibile automat atunci când acest este posibil din punct de vedere tehnic și ușor de utilizat ar trebui să implice abordarea nevoilor persoanelor cu dizabilități. Anexa I la Directiva 2019/882 (Actul european privind accesibilitatea) conține cerințe de accesibilitate pentru informații, inclusiv informațiile digitale, care ar trebui utilizate pentru a face informațiile privind publicitatea politică accesibile persoanelor cu dizabilități.

- (41) Notificările privind transparența ar trebui concepute astfel încât să sensibilizeze utilizatorii și să îi ajute să identifice în mod clar materialele publicitare politice ca atare. Acestea ar trebui să fie concepute astfel încât să rămână în vigoare, **dacă este posibil din punct de vedere tehnic**, sau să rămână accesibile în cazul în care un material publicitar politic este difuzat în continuare, de exemplu publicat pe o altă platformă sau transmis între persoane. Informațiile incluse în notificarea privind transparența ar trebui să fie publicate odată cu materialele publicitare politice **și până la încetarea publicării acestora** [...]. **Editorii de publicitate politică ar trebui să păstreze și să pună la dispoziție la cerere notificările privind transparența, împreună cu eventualele modificări, pentru o perioadă de cinci ani de la ultima publicare.** Ar trebui să se păstreze, de asemenea, informațiile privind publicitatea politică care s-a încheiat sau care a fost retrasă de editor. **Furnizorii de servicii de publicitate politică care nu sunt platforme online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 2022/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] pot decide formatul în care să păstreze aceste informații.**

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

(42[...].d) În plus, editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 202[...].2/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] ar trebui să pună la dispoziție, **în timp real**, informațiile cuprinse în notificarea privind transparența prin intermediul registrelor cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar publicate în temeiul articolului 30 din Regulamentul [Actul legislativ privind serviciile digitale]. **Este oportun să se prevadă mai multe detalii privind cerințele de transparență prevăzute pentru registrele menționate la articolul 30 din Regulamentul (UE) 2021/XX [Actul legislativ privind serviciile digitale]. Acest lucru se referă, în special, la informațiile privind publicitatea politică eliminată și la motivul retragerii sale. În plus, platformele online foarte mari pot publica alte informații privind influența publicității, inclusiv informații privind rata de clicuri. Alți furnizori de servicii de publicitate politică ar trebui încurajați să creeze registre similare cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar.** Acest lucru va facilita activitatea actorilor interesați, printre care se numără și cercetătorii, în rolul lor specific de a sprijini derularea de alegeri sau referendumuri libere și corecte și de campanii electorale corecte, inclusiv prin examinarea sponsorilor de materiale publicitare politice și prin analizarea peisajului de publicitate politică.

(43) În cazul în care furnizorul serviciului de publicitate politică care găzduiește sau stochează și furnizează în alt mod conținutul unui material publicitar politic este diferit de furnizorul serviciului de publicitate politică care controlează site-ul web sau altă interfață care [...] **prezintă** în cele din urmă materialul publicitar politic, aceștia ar trebui să fie considerați împreună editori de publicitate, cu responsabilități corespunzătoare în ceea ce privește serviciul specific pe care îl prestează, pentru a se asigura că este furnizată etichetarea și că sunt disponibile notificarea privind transparența și informațiile relevante. Acordurile contractuale ale acestora ar trebui să reflecte modul în care organizează conformitatea cu prezentul regulament.

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

- (45a) Editorii de publicitate politică [...] ar trebui [...] să depună [...] eforturi rezonabile pentru a aborda [...] cu diligență și obiectivitate, fără întârzieri nejustificate, notificările primite în temeiul prezentului regulament. În cazul în care o notificare conține suficiente informații pentru a permite unui editor de publicitate politică diligent să identifice, fără o examinare detaliată, faptul că o informație lipsește sau este inexactă, editorul de publicitate politică ar trebui considerat ca având cunoștință de inexactitate sau de omisiune și ar trebui să acționeze fără întârzieri nejustificate contactând furnizorii de servicii relevanți și, după caz, sponsorul. Editorul de publicitate politică [...] ar trebui să informeze autorul notificării [...] cu privire la măsurile luate ca urmare a notificării [...]. [...], [...]**
- (45b) Pentru a asigura eficacitatea cerințelor de transparentă în timpul unor alegeri sau al unui referendum, editorii de publicitate politică ar trebui să abordeze, în luna care precede alegerile sau referendumul, orice notificare pe care o primesc cu privire la materialul publicitar legat de [...] aceste alegeri sau acest referendum în termen de 48 de ore, contactând furnizorii de servicii de publicitate politică [...] în cauză și, după caz, sponsorul.**

(45c) Orice acțiune întreprinsă de un editor de publicitate politică ar trebui să fie strict direcționată, în sensul că ar trebui să servească la corectarea, completarea sau eliminarea informațiilor specifice care nu respectă prezentul regulament, ținând seama în mod corespunzător de libertatea de exprimare și de informare, precum și de alte drepturi fundamentale.

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

(47) Se utilizează din ce în ce mai mult date cu caracter personal colectate direct de la persoane sau indirect, cum ar fi datele deduse, atunci când se grupează persoane în funcție de interesele lor presupuse sau derivate din activitatea lor online, în urma creării de profiluri comportamentale sau a altor tehnici de analiză, pentru ca anumiți alegători individuali sau anumite grupuri de alegători sau persoane să fie vizate de mesaje politice și pentru a amplifica impactul acestor mesaje. Pe baza prelucrării datelor cu caracter personal, în special a **unor categorii speciale de date**[...] **cu caracter personal** [...] în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului⁴ și al Regulamentului (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului⁵, se pot alcătui diferite grupuri de alegători sau de persoane, iar caracteristicile sau vulnerabilitățile acestora pot fi exploatare, de exemplu prin difuzarea de materiale publicitare în anumite momente și în locuri specifice, alese astfel încât să se profite de situațiile în care aceștia ar fi sensibili la un anumit tip de informații/mesaje. Acest lucru are efecte specifice negative asupra drepturilor și libertăților fundamentale ale cetățenilor în ceea ce privește prelucrarea datelor lor cu caracter personal și libertatea lor de a primi informații obiective, de a-și forma opinia, de a lua decizii politice și de a-și exercita drepturile de vot, toate acestea având un impact negativ asupra procesului democratic. Ar trebui prevăzute restricții și condiții suplimentare față de Regulamentul (UE) 2016/679 și Regulamentul (UE) 2018/1725. Condițiile prevăzute în prezentul regulament privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic ce implică prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul publicității politice ar trebui să se bazeze pe articolul 16 din TFUE.

⁴ Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1).

⁵ Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului din 23 octombrie 2018 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal de către instituțiile, organele, oficiile și agențiile Uniunii și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 45/2001 și a Deciziei nr. 1247/2002/CE (JO L 295, 21.11.2018, p. 39).

- (48) [Prin urmare, ar trebui interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea datelor menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725. Utilizarea unor astfel de tehnici ar trebui să fie permisă numai atunci când este efectuată de [...] operatori sau de cineva care acționează în numele [...] **acestora**, pe baza consimțământului explicit al persoanei vizate sau în cadrul activităților sale legitime și cu garanții adecvate de către o fundație, o asociație sau orice alt organism fără scop lucrativ și cu specific politic, filozofic, religios sau sindical, cu condiția ca prelucrarea să se refere numai la membrii sau la foștii membri ai organismului respectiv sau la persoane cu care acesta are contacte permanente în legătură cu scopurile sale și ca datele cu caracter personal să nu fie comunicate terților fără consimțământul persoanelor vizate. Utilizarea ar trebui să fie însoțită de garanții specifice. Consimțământul corespunde noțiunii de consimțământ astfel cum este definit în Regulamentul (UE) 2016/679 și în Regulamentul (UE) 2018/1725. Prin urmare, nu ar trebui să fie posibil să se invoce excepțiile prevăzute la articolul 9 alineatul (2) literele (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) și (j) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) literele (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) și (j) din Regulamentul (UE) 2018/1725 pentru utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în vederea publicării, promovării sau difuzării publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725.]

- (49) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii ar trebui să aplice garanții suplimentare pentru a se asigura un grad sporit de transparență și de asumare a răspunderii. **Aceste garanții suplimentare ar trebui să completeze garanțiile existente, inclusiv cele privind procesul decizional automatizat în conformitate cu articolul 24 din Regulamentul (UE) 2016/679 și cu articolul 26 din Regulamentul (UE) 2018/1725.** Aceștia ar trebui să adopte și să pună în aplicare o politică ce descrie utilizarea unor astfel de tehnici de vizare a anumitor persoane sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic și să țină evidența activităților lor relevante. Atunci când publică, promovează sau difuzează un material publicitar politic care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic, operatorii ar trebui să furnizeze, împreună cu publicitatea politică, informații relevante pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri utilizați în acțiunile de vizare a unui public-țintă, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare, inclusiv dacă vizarea unui public-țintă în ceea ce privește materialul publicitar politic a fost optimizată în continuare pe parcursul transmiterii materialului.
- (50) Editorii de publicitate politică care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic ar trebui să includă în notificarea privind transparența informațiile necesare pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica aplicată și principalii parametri ai tehnicii utilizate, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare, precum și **o indicație clară, de exemplu un link către un site web, privind locul unde poate fi accesată cu ușurință** [...] politica relevantă a operator[...]**ilor.**
- (50a)** În cazul în care operatorul este diferit de editorul de publicitate, operatorul ar trebui să îi transmită editorului de publicitate politică [...] politica sa internă [...] **și să asigure comunicarea informațiilor necesare către editorul de publicitate politică. Informațiile ar trebui să fie transmise în timp util și în mod exact.**
- (50b)** Furnizorii de servicii de publicitate ar trebui să îi transmită editorului de publicitate politică[...] informațiile necesare pentru ca aceștia să își poată îndeplini obligațiile prevăzute în prezentul regulament. Furnizarea unor astfel de informații ar putea fi automatizată și integrată în procesele obișnuite de lucru pe baza unor standarde.

- (51) Pentru ca persoanele să își poată exercita în continuare drepturile în materie de protecție a datelor, editorii de publicitate politică ar trebui să le furnizeze persoanelor vizate informații suplimentare și instrumente eficace, astfel încât să sprijine exercitarea drepturilor lor în temeiul cadrului juridic al UE privind protecția datelor, inclusiv exercitarea dreptului acestor persoane de a se opune sau de a-și retrage consimțământul atunci când sunt vizate de un material publicitar politic. Aceste informații ar trebui, de asemenea, să fie ușor accesibile direct din notificarea privind transparența. Instrumentele puse la dispoziția persoanelor pentru a le sprijini în exercitarea drepturilor lor ar trebui să reușească să împiedice vizarea anumitor persoane în ceea ce privește materialele publicitare politice, precum și să împiedice vizarea unui public-țintă pe baza unor criterii specifice și de către unul sau mai mulți operatori specifici.
- (52) Comisia ar trebui să încurajeze elaborarea de coduri de conduită, astfel cum se menționează la articolul 40 din Regulamentul (UE) 2016/679, pentru a sprijini exercitarea drepturilor persoanelor vizate în acest context.
- (53) Informațiile care trebuie furnizate în conformitate cu toate cerințele aplicabile utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în temeiul prezentului regulament ar trebui să fie prezentate într-un format ușor accesibil, să fie perceptibile în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin utilizarea unui limbaj simplu.
- (54) Este oportun să se stabilească norme privind transmiterea – către alte entități interesate – de informații privind vizarea unui public-țintă. Regimul aplicabil ar trebui să fie în concordanță cu regimul de transmitere a informațiilor legate de cerințele în materie de transparență.
- (55) Furnizorii de servicii de publicitate politică stabiliți într-o țară terță care oferă servicii în Uniune ar trebui să își desemneze un reprezentant legal mandatat în Uniune pentru a permite o supraveghere eficace a respectării prezentului regulament în relație cu furnizorii respectivi. Reprezentantul legal ar putea fi cel desemnat în temeiul articolului 27 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau cel desemnat în temeiul articolului 11 din Regulamentul (UE) 2022[...]/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale].

- (56) În interesul unei supravegheri eficace a punerii în aplicare a prezentului regulament, este necesar să se încredințeze autorităților de supraveghere competența de a monitoriza și de a asigura respectarea normelor relevante. În funcție de sistemul juridic al fiecărui stat membru și în conformitate cu legislația existentă a Uniunii, inclusiv cu Regulamentul (UE) 2016/679 și cu Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], pot fi desemnate diferite autorități judiciare sau administrative naționale în acest sens.
- (57) În ceea ce privește supravegherea serviciilor intermediare online în temeiul prezentului regulament, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente și să se asigure că această supraveghere este coerentă cu cea efectuată de autoritățile competente desemnate în temeiul articolului 38 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale]. În fiecare stat membru, coordonatorii serviciilor digitale ar trebui, în orice caz, în temeiul Regulamentului (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale], să fie responsabili de asigurarea coordonării la nivel național cu privire la aceste aspecte și să se implice, atunci când este necesar, în cooperarea transfrontalieră cu alți coordonatori ai serviciilor digitale, în conformitate cu mecanismele prevăzute în Regulamentul (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale]. În cadrul aplicării prezentului regulament, acest mecanism ar trebui să se limiteze la cooperarea națională dintre coordonatorii serviciilor digitale și nu să se extindă la nivelul Uniunii, astfel cum se prevede în Regulamentul (UE) [Actul legislativ privind serviciile digitale].
- (58) Pentru supravegherea aspectelor din prezentul regulament care nu intră în sfera de competență a autorităților de supraveghere în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 și al Regulamentului (UE) 2018/1725, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente. Pentru a sprijini respectarea drepturilor și libertăților fundamentale, a statului de drept, a principiilor democratice și a încrederii publicului în supravegherea publicității politice, este necesar ca aceste autorități să fie independente din punct de vedere structural față de intervenții externe sau față de presiuni politice și să fie abilitate în mod corespunzător să monitorizeze efectiv și să ia măsurile necesare pentru a asigura respectarea prezentului regulament, în special a obligațiilor prevăzute la articolul 7. Statele membre pot desemna, în special, autoritățile sau organismele naționale de reglementare prevăzute la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului⁶.

⁶ Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) (JO L 95, 15.4.2010, p. 1).

- (59) În cazul în care există deja norme în dreptul Uniunii privind furnizarea de informații autorităților competente și cooperarea cu aceste autorități și între acestea, cum ar fi articolul 9 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] sau cele cuprinse în Regulamentul (UE) 2016/679, normele respective ar trebui să se aplice prin analogie dispozițiilor relevante din prezentul regulament.
- (60) Autoritățile competente cu supravegherea punerii în aplicare a prezentului regulament ar trebui să coopereze între ele atât la nivel național, cât și la nivelul UE, utilizând în mod optim structurile existente, inclusiv rețelele naționale de cooperare, Rețeaua europeană de cooperare în materie de alegeri, astfel cum se menționează în Recomandarea C(2018) 5949 final, și Grupul autorităților europene de reglementare pentru serviciile mass-media audiovizuale instituit în temeiul Directivei 2010/13/UE. Această cooperare ar trebui să faciliteze schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea sarcinilor de supraveghere și de asigurare a aplicării normelor pe care le au în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin identificarea în comun a încălcărilor, prin schimbul de constatări și de know-how și prin menținerea legăturii cu privire la aplicarea și asigurarea respectării normelor relevante.

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

- (63) Autoritățile statelor membre ar trebui să se asigure că încălcările obligațiilor prevăzute în prezentul regulament sunt sancționate prin amenzi administrative sau sancțiuni financiare. În acest sens, autoritățile ar trebui să țină seama de natura, gravitatea, recurența și durata încălcării, având în vedere interesul public în cauză, raza de acțiune și tipul activităților desfășurate, precum și capacitatea economică a autorului încălcării. În acest context, ar trebui să se țină seama de rolul esențial al obligațiilor prevăzute la articolul 7 în ceea ce privește urmărirea eficace a îndeplinirii obiectivelor prezentului regulament. În plus, autoritățile ar trebui să ia în considerare dacă furnizorul de servicii în cauză nu își respectă în mod sistematic sau repetat obligațiile care îi revin în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin amânarea furnizării de informații către entitățile interesate, precum și, după caz, dacă furnizorul de servicii de publicitate politică își desfășoară activitatea în mai multe state membre. Sancțiunile financiare și amenzile administrative trebuie să fie, în fiecare caz în parte, eficace, proporționale și disuasive, ținând seama în mod corespunzător de asigurarea unor garanții procedurale suficiente și practice și, în special, de asigurarea faptului că dezbaterile politice rămâne deschise și accesibile.
- (64) Autoritățile competente își exercită atribuțiile în temeiul prezentului regulament cu condiția respectării unor garanții procedurale adecvate în conformitate cu dreptul Uniunii și cu dreptul intern al statelor membre, incluzând acțiuni judiciare eficace și dreptul la un proces echitabil.
- (65) Statele membre ar trebui să publice durata exactă a perioadelor lor electorale, stabilite în conformitate cu tradițiile lor electorale, cu suficient timp înainte de începerea calendarului electoral.

- (66) În vederea îndeplinirii obiectivelor prevăzute în prezentul regulament, competența de a adopta acte în conformitate cu articolul 290 din tratat ar trebui delegată Comisiei în ceea ce privește articolul 7 alineatul (7), pentru a preciza mai în detaliu forma în care ar trebui să fie îndeplinite cerințele privind furnizarea de informații în notificările privind transparența în conformitate cu articolul respectiv, și în ceea ce privește articolul 12 alineatul (8), pentru a preciza mai în detaliu forma în care ar trebui să fie îndeplinite cerințele privind furnizarea de informații cu privire la vizarea unui public-țintă. Este deosebit de important ca serviciile Comisiei să organizeze consultări adecvate, inclusiv la nivel de experți desemnați de fiecare stat membru, și ca respectivele consultări să se desfășoare în conformitate cu principiile stabilite în Acordul interinstituțional privind o mai bună legiferare din 13 aprilie 2016. În special, pentru a asigura participarea egală la pregătirea actelor delegate, Parlamentul European și Consiliul primesc toate documentele în același timp cu experții din statele membre, iar experții acestor instituții au acces sistematic la reuniunile grupurilor de experți ale Comisiei însărcinate cu pregătirea actelor delegate.
- (67) În termen de doi ani după fiecare scrutin pentru Parlamentul European, Comisia ar trebui să prezinte un raport privind evaluarea și revizuirea prezentului regulament. La pregătirea raportului respectiv, Comisia ar trebui, de asemenea, să ia în considerare punerea în aplicare a prezentului regulament în contextul altor alegeri și referendumuri care au loc în Uniune. Raportul ar trebui să examineze, printre altele, caracterul adecvat al dispozițiilor anexelor la prezentul regulament și să analizeze necesitatea revizuirii acestora.
- (68) Regulamentul (UE) nr. 1141/2014 privind statutul și finanțarea partidelor politice europene prevede obligații complementare privind utilizarea publicității politice de către partidele politice europene.

- (69) Întrucât obiectivele prezentului regulament, și anume contribuirea la buna funcționare a pieței interne a publicității politice și a serviciilor conexe și stabilirea de norme privind utilizarea vizării unui public-țintă în contextul publicării și difuzării publicității politice, nu pot fi realizate în mod satisfăcător de către statele membre și, prin urmare, pot fi realizate mai bine la nivelul Uniunii, Uniunea poate adopta prezentul regulament, în conformitate cu principiul subsidiarității, astfel cum este prevăzut la articolul 5 din TUE. În conformitate cu principiul proporționalității, astfel cum este prevăzut la articolul respectiv, prezentul regulament nu depășește ceea ce este necesar pentru realizarea acestor obiective.
- (70) Prezentul regulament nu aduce atingere normelor prevăzute, în special, în Directiva 2000/31/CE și nici normelor privind răspunderea furnizorilor intermediari de servicii prevăzute la articolele 12-15 din directiva menționată, astfel cum a fost modificată prin Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul privind piețele digitale], Directiva 2002/58/CE și Regulamentul (UE) XXX [Regulamentul privind viața privată și comunicațiile electronice] sau normelor prevăzute în Directiva (UE) 2010/13, Directiva 2000/31/CE, Directiva 2002/58/CE, Directiva 2005/29/CE, Directiva 2011/83/UE, Directiva 2006/114/CE, Directiva 2006/123/CE și Regulamentul (UE) 2019/1150.
- (71) Autoritatea Europeană pentru Protecția Datelor a fost consultată în conformitate cu articolul 42 alineatul (1) din Regulamentul (UE) nr. 2018/1725 și a emis un aviz la XX 2022,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

CAPITOLUL I – DISPOZIȚII GENERALE

Articolul 1

Obiect și [...] obiective

(1) Prezentul regulament stabilește:

- (a) obligații armonizate în materie de transparență în sarcina furnizorilor de publicitate politică și de servicii conexe, și anume obligația de a păstra, de a divulga și de a publica informații legate de furnizarea unor astfel de servicii;
- (b) norme armonizate privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în contextul publicării, difuzării sau promovării publicității politice care implică [...] **prelucrarea** datelor cu caracter personal.

[...]

[...] **(2)** Scopul prezentului regulament este:

- (a) să contribuie la buna funcționare a pieței interne a publicității politice și a serviciilor conexe;
- (b) să protejeze persoanele fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal.

[...]

Articolul 1a

Domeniul de aplicare

- 1. Prezentul regulament se aplică publicității politice care este pregătită, plasată, promovată, publicată sau difuzată în Uniune sau care este adresată unor persoane dintr-unul sau mai multe state membre, indiferent de locul de stabilire al furnizorului de servicii de publicitate și indiferent de mijloacele utilizate.**
- 2. Prezentul regulament nu afectează nici conținutul publicității politice și nici normele Uniunii sau ale statelor membre care reglementează prezentarea publicității politice, perioadele electorale și desfășurarea campaniilor politice.**

3. Prezentul regulament nu aduce atingere normelor stabilite în următoarele acte legislative:

(a) Directiva 2000/31/CE;

(b) Directiva 2002/58/CE și Regulamentul (UE) XXX [Regulamentul privind viața privată și comunicațiile electronice];

(c) Directiva 2005/29/CE;

(d) Directiva 2006/114/CE;

(e) Directiva 2006/123/CE;

(f) Directiva 2010/13/UE;

(g) Directiva 2011/83/UE;

(h) Regulamentul (UE) 2019/1150;

(i) [Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale]].

Articolul 2

Definiții

În înțelesul prezentului regulament[...]:

1. „serviciu” înseamnă orice activitate economică independentă, prestată în mod obișnuit în schimbul unei remunerații, astfel cum se menționează la articolul 57 din TFUE;

2. „publicitate politică” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea, prin orice mijloace, a unui mesaj:
- (a) de către un actor politic, pentru acesta sau în numele lui, cu excepția cazului în care mesajul este de natură pur privată sau pur comercială sau
 - (b) care este de natură **și este concepută** să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, un proces legislativ sau de reglementare sau un comportament de vot.

Nu sunt incluse opiniile politice exprimate sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii[...] în orice mass-media, [...] cu excepția cazului în care furnizorul de servicii a fost remunerat pentru opinia politică exprimată.

3. „material publicitar politic” înseamnă un caz de publicitate politică **publicată sau difuzată prin orice mijloace**;
4. „actor politic” înseamnă oricare dintre următoarele:
- (a) un partid politic în sensul articolului 2 punctul 1 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014 sau o entitate legată direct sau indirect de [...] un[...] astfel de partid politic;
 - (b) o alianță politică în sensul articolului 2 punctul 2 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
 - (c) un partid politic european în sensul articolului 2 punctul 3 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
 - (d) un candidat la orice mandat electiv **sau deținătorul acestuia, de la nivelul Uniunii sau** de la nivel [...] național, regional și local sau la una dintre funcțiile de conducere din cadrul unui partid politic;

[...]

- (f) un membru [...] **din cadrul instituțiilor Uniunii, cu excepția Curții de Justiție a Uniunii Europene, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi, sau** din cadrul administrației [...] **unui stat membru** de la nivel [...] național, regional sau local;
- (g) o organizație de campanie politică cu sau fără personalitate juridică, înființată pentru [...] **a influența rezultatul unor alegeri** sau al unui referendum;
- (h) orice persoană fizică sau juridică care reprezintă sau acționează în numele oricăreia dintre persoanele sau organizațiile menționate la literele (a)-(g) și care promovează obiectivele politice ale oricăreia dintre acestea;

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

5a. „furnizor de servicii de publicitate politică” înseamnă o persoană fizică sau juridică care furnizează servicii de publicitate politică, cu excepția serviciilor pur auxiliare;

6. „campanie de publicitate politică” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea sau difuzarea unei serii de materiale publicitare **politice** conexe în executarea unui contract de publicitate politică, pe baza unei pregătiri, sponsorizări sau finanțări comune;

7. „sponsor” înseamnă persoana fizică sau juridică în numele căreia este pregătit, plasat, **promovat**, publicat sau difuzat un material publicitar politic;

8. „tehnici de vizare a unui public-țintă [...]” înseamnă tehnici care sunt utilizate [...] pentru a adresa un material publicitar politic personalizat numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane[...];

8a. „tehnici de amplificare a impactului unui material publicitar politic” înseamnă tehnici care sunt utilizate pentru a spori circulația, raza de acțiune sau vizibilitatea unui material publicitar politic;

9. „perioadă electorală” înseamnă perioada care precedă [...] **alegeri** sau un referendum într-un stat membru, perioada pe parcursul căreia au loc alegerile sau referendumul respectiv, precum și perioada imediat următoare încheierii acestora și în timpul căreia activitățile campaniei fac obiectul normelor specifice **ale statelor membre**;
10. „electorat relevant” înseamnă ansamblul de persoane care pot vota în cadrul [...] **alegerilor** sau al referendumului care are loc în statul membru în care [...] **este publicat sau difuzat** un material publicitar politic, care poate fi întregul electorat al unui stat membru;
11. „editor de publicitate politică” înseamnă **un furnizor de servicii de publicitate politică** [...] care **publică sau** difuzează [...] publicitate politică prin orice mijloc de comunicare;
12. „operator” înseamnă un operator în conformitate cu articolul 4 punctul 7 din Regulamentul (UE) 2016/679 sau, după caz, cu articolul 3 punctul 8 din Regulamentul (UE) 2018/1725.

În sensul primului paragraf, mesajele prevăzute la punctul 2 care provin din surse oficiale [...] **care se referă exclusiv la** organizarea alegerilor sau a referendumurilor și la modalitățile de participare la acestea ori la promovarea participării la alegeri sau referendumuri nu constituie publicitate politică.

Articolul 2a

Identificarea unui material publicitar politic

Pentru a stabili dacă un mesaj constituie un material publicitar politic în sensul articolului 2 punctul 2 litera (b), se țin seama de toate caracteristicile sale și, în special, de factorii relevanți:

- (a) **conținutul mesajului;**
- (b) **sponsorul mesajului;**
- (c) **limba utilizată pentru transmiterea mesajului, mijloacele prin care mesajul este promovat, publicat sau difuzat și publicul-țintă;**
- (d) **contextul în care este transmis mesajul, inclusiv perioada de difuzare, cum ar fi perioadele electorale sau de referendum și procesul legislativ sau de reglementare;**
- (e) **obiectivul mesajului.**

Articolul 3

[...] Principiul pietei interne

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

CAPITOLUL II – OBLIGAȚII DE TRANSPARENȚĂ PENTRU SERVICIILE DE PUBLICITATE POLITICĂ

Articolul 4

Transparența serviciilor de publicitate politică

- (1) Serviciile de publicitate politică se furnizează în mod transparent, în conformitate cu obligațiile prevăzute la [...] **capitolul 2** din prezentul regulament.
- (2) **Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică specifică modul în care sunt respectate dispozițiile relevante ale prezentului regulament.**

Articolul 5

Identificarea serviciilor de publicitate politică

- (1) Furnizorii de servicii de publicitate le solicită sponsorilor și furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor să declare dacă serviciul de publicitate a cărui furnizare o solicită furnizorului de servicii constituie un serviciu de publicitate politică în sensul articolului 2 punctul 5. Sponsorii și furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor trebuie să facă o astfel de declarație **cu bună-credință**.
- (2) Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică [...] **prevăd obligația sponsorului sau a furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor de a furniza informațiile necesare pentru a se respecta articolul 6 alineatul (1). Aceste informații se transmit în mod complet și exact, fără întârzieri nejustificate.**

- (3) În cazul unei declarații sau al unor informații vădit eronate, furnizorii de servicii de publicitate solicită sponsorilor sau furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor să își corecteze declarația. Sponsorii sau furnizorii de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor efectuează o astfel de corectare în mod complet și exact, fără întârzieri nejustificate.**

Articolul 6

Păstrarea evidențelor [...]

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

[...]

Articolul 6a

Transmiterea informațiilor către editorul de publicitate politică

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

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

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

Cerințe de transparență pentru fiecare material publicitar politic

- (1) **Editorul de publicitate politică** [...] **pune** la dispoziție, **împreună cu fiecare material publicitar politic**, [...] următoarele informații, în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate:
- (a) o declarație care să ateste că este vorba de un material publicitar politic;
 - (b) identitatea sponsorului materialului publicitar politic și, **dacă este cazul**, entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul;
 - (c) o notificare privind transparența, care să permită înțelegerea contextului mai larg al materialului publicitar politic și al obiectivelor sale, sau o indicație clară a locului în care aceasta poate fi accesată cu ușurință.
- În acest sens, editorii de publicitate politică utilizează tehnici de marcare și etichetare eficientă și proeminentă care permit ca materialele publicitare politice să fie identificate cu ușurință ca atare și ca marcajul sau etichetarea să rămână vizibil(ă) în cazul în care un material publicitar politic este difuzat mai departe.
- (2) Notificarea privind transparența [...] include următoarele informații:
- (a) identitatea **și locul de stabilire ale** sponsorului **și, dacă este cazul, entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul** și datele [...] **lor** de contact;
 - (b) perioada în care se intenționează publicarea și difuzarea materialului publicitar politic;

- (c) [...] informațiile privind sumele agregate cheltuite sau alte beneficii primite **de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv cele primite de editor** parțial sau integral pentru [...] **serviciile de publicitate politică pentru** materialul[...] publicitar relevant și **pentru** [...] campania de publicitate politică, dacă este cazul, și sursele acestora;
- (d) după caz, indicarea alegerilor sau a referendumurilor cu care are legătură materialul publicitar;
- (e) dacă este cazul, linkuri către registrele online cu evidența comunicărilor cu caracter publicitar **menționate la alineatul (6)**;
- (f) informații privind modul de utilizare a mecanismelor prevăzute la articolul 9 alineatul (1);

(fa) după caz, informațiile specificate la articolul 12 alineatul (4).

[...] Informațiile care trebuie incluse în notificarea privind transparența se furnizează utilizând câmpurile de date specifice prevăzute în anexa I.

(2a) Notificarea privind transparența se include în fiecare material publicitar politic sau poate fi accesată cu ușurință de la prima publicare a acestuia și până la sfârșitul publicării acestuia. Notificarea este actualizată în permanență. Notificările privind transparența trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, dacă este posibil din punct de vedere tehnic, citibil automat, perceptibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu.

- (3) Editorii de publicitate politică depun eforturi rezonabile pentru a se asigura că informațiile menționate la alineatul [...] (2) sunt complete și[...] exacte. În cazul în care editorul de publicitate politică ia cunoștință de faptul că informațiile menționate la alineatul [...] (2) sunt incomplete sau inexacte, trebuie să depună eforturi rezonabile, inclusiv, după caz, contactând sponsorul sau furnizorii de servicii în cauză, pentru a completa sau a corecta informațiile. [...] În cazul în care [...] informațiile nu pot fi completate sau corectate fără întârzieri nejustificate, editorul [...] nu pune la dispoziție sau întrerupe publicarea sau difuzarea materialului publicitar politic [...] și informează furnizorul de servicii în cauză și, după caz, sponsorul.

Atunci când sponsorul sau furnizorii de servicii de publicitate politică iau cunoștință de faptul că informațiile transmise editorului de publicitate politică sau publicate de acesta sunt incomplete sau inexacte, aceștia trebuie să contacteze, fără întârzieri nejustificate, editorul de publicitate politică în cauză și, după caz, să îi transmită informațiile completate sau corectate.

[...]

- (5) Editorii de publicitate politică își păstrează notificările privind transparența, împreună cu eventualele modificări, pentru o perioadă de cinci ani de la [...] [...] ultima publicare.
- (6) Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul articolului 25 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] se asigură că în registrele pe care le pun la dispoziție, în timp real, în temeiul articolului 30 din regulamentul respectiv [Actul legislativ privind serviciile digitale] conțin, pentru fiecare material publicitar politic din registru, și informațiile actualizate menționate la alineatul (2).

- (7) Statele membre, inclusiv autoritățile competente, și Comisia încurajează elaborarea de coduri de conduită menite să contribuie la aplicarea corespunzătoare a prezentului articol, ținând seama de caracteristicile specifice ale furnizorilor de servicii relevanți implicați și de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii, în sensul articolului 3 din Directiva 2013/34/UE.
- (8) Comisia este împuternicită să adopte acte delegate în conformitate cu articolul 19 pentru a modifica anexa I prin adăugarea[...] **sau** modificarea [...] unor elemente din lista informațiilor care trebuie furnizate în temeiul alineatului (2), atunci când, având în vedere evoluțiile tehnologice, **cercetările științifice relevante, evoluțiile în supravegherea de către autoritățile competente și orientările relevante emise de organismele competente**, aceste modificări sunt necesare pentru a permite înțelegerea contextului mai larg al materialelor publicitare politice și a obiectivelor acestora.

Articolul 8

Rapoarte periodice privind serviciile de publicitate politică

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

Articolul 9

Indicarea caracterului posibil ilegal al unor materiale publicitare politice

- (1)**[...] În cazul în care furnizează servicii de publicitate politică, editorii de publicitate instituie mecanisme care să le permită persoanelor **fizice sau juridice** să notifice editorilor, în mod gratuit, faptul că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament.

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

Transmiterea de informații autorităților competente

- (1) Autoritățile naționale competente pot să [...] solicite [...] furnizorilor de servicii de publicitate politică să transmită informațiile **pe care trebuie să le dețină în temeiul [...]** articolelor 6, 7 și 8. Informațiile transmise trebuie să fie complete, exacte și de încredere și să fie furnizate într-un format clar, coerent, consolidat și inteligibil. În cazul în care este posibil din punct de vedere tehnic, informațiile se transmit într-un format care poate fi citit automat.
- (1a)** Solicitarea cuprinde următoarele elemente:
- (a) o expunere de motive în care se explică obiectivul pentru care sunt solicitate informațiile și motivul pentru care solicitarea este necesară și proporțională, cu excepția cazului în care solicitarea urmărește obiectivul prevenirii, depistării, investigării și urmăririi penale a infracțiunilor și în măsura în care dezvăluirea motivelor solicitării ar periclita acest obiectiv;
 - (b) informații privind demersurile pe care le pot face în acest caz furnizorul de servicii și sponsorul serviciului de publicitate politică.
- (2) La primirea unei solicitări în temeiul alineatului (1), furnizorii de servicii de publicitate politică confirmă, în termen de două zile lucrătoare, primirea solicitării respective și informează autoritatea cu privire la măsurile luate pentru a se conforma acesteia. Furnizorul de servicii relevant furnizează informațiile solicitate în termen de zece zile lucrătoare. **Furnizorii de servicii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE depun eforturi rezonabile pentru a furniza, în termen de 15 zile lucrătoare, informațiile solicitate. În luna anterioară unor alegeri sau unui referendum, furnizorii de servicii de publicitate politică furnizează informațiile solicitate în termen de 48 de ore. Furnizorii de servicii de publicitate politică care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1)-(3) din Directiva 2013/34/UE depun eforturi rezonabile pentru a furniza, fără întârzieri nejustificate, informațiile solicitate.**

- (3) Furnizorii de servicii de publicitate politică desemnează un punct de contact pentru interacțiunea cu autoritățile naționale competente. Furnizorii de servicii de publicitate politică care [...] **îndeplinesc condițiile prevăzute la** articolul 3 **alineatele (1)-(3)** din Directiva 2013/34/UE pot desemna o persoană fizică externă drept punct de contact.

Articolul 11

Transmiterea de informații către alte entități interesate

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

[...]

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

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

Articolul 12

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

- (1) Sunt interzise tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic care implică prelucrarea datelor cu caracter personal menționate la articolul 9 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725 în contextul publicității politice.
- (2) Interdicția prevăzută la **alineatul (1)** [...] nu se aplică situațiilor menționate la articolul 9 alineatul (2) literele (a) și (d) din Regulamentul (UE) 2016/679 și la articolul 10 alineatul (2) literele (a) și (d) din Regulamentul (UE) 2018/1725.]
- (3) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii trebuie să respecte, în plus față de cerințele prevăzute în Regulamentul (UE) 2016/679 și, după caz, în Regulamentul (UE) 2018/1725, următoarele cerințe:
 - (a) să adopte, [...] să aplice **și să pună la dispoziția publicului** o politică internă care descrie în mod clar și într-un limbaj simplu, în special, utilizarea unor astfel de tehnici de vizare a anumitor persoane sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic și să mențină o astfel de politică pentru o perioadă de cinci ani;
 - (b) să țină evidența utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic, a mecanismelor, tehnicilor și parametrilor relevanți utilizați și a sursei (surselor) datelor cu caracter personal utilizate;

(c) să furnizeze, împreună cu **indicația că este un** material[...] publicitar politic, informațiile suplimentare necesare pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri ai tehnicii utilizate, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare. **Informațiile care trebuie incluse se furnizează utilizând câmpurile de date specifice prevăzute în anexa II. [...] (4) Acestea includ, în special, următoarele informații:**

(i) grupurile specifice de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a determina destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar;

(ii) categoriile și sursele datelor cu caracter personal utilizate pentru vizarea unui public-tintă sau amplificarea impactului unui material publicitar politic;

(iii) perioada de difuzare;

(iv) un link către politica menționată la alineatul (3) litera (a) sau indicarea clară a locului unde aceasta poate fi accesată cu ușurință.

(4a) În cazul în care operator[...]ii sunt diferi[...]ți de editorul de publicitate, operator[...]ii transmit[...] politica internă și se asigură că informațiile la care se face referire [...] în alineatul (4) sunt comunicate [...] editorului de publicitate politică pentru a-i permite editorului de publicitate politică să își respecte obligația conform prezentului regulament. Informațiile se transmit, în timp util și în mod exact, în conformitate cu bunele practici și cu standardele din domeniu, prin intermediul unui proces automat standardizat, atunci când acest lucru este posibil din punct de vedere tehnic.

(4b) Furnizorii de servicii de publicitate transmit operatorilor, dacă se impune, informațiile necesare pentru a se conforma alineatelor (3) și (4).

- (5) Editorii de publicitate politică care utilizează tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic **care implică prelucrarea datelor cu caracter personal** [...] includ în sau odată cu materialul publicitar [...] **sau** în notificarea privind transparența impusă în temeiul articolului 7 o trimitere la mijloacele eficiente de sprijinire a persoanelor fizice în exercitarea drepturilor lor în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 **sau al Regulamentului (UE) 2018/1725, după caz.**
- (6) Informațiile care trebuie furnizate în conformitate cu [...] **alineatele (3)-(5)** trebuie să fie prezentate într-un format ușor accesibil și, în cazul în care este fezabil din punct de vedere tehnic, citibil automat, perceptibil în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin folosirea unui limbaj simplu.
- [...]
- (8) Comisia este împuternicită să adopte acte delegate în conformitate cu articolul 19 pentru a modifica anexa II prin **adăugarea sau** modificarea [...] unor elemente din lista informațiilor care trebuie furnizate în temeiul alineatului (3) litera (c) **sau al alineatului (4)** de la prezentul articol, având în vedere evoluțiile tehnologice, [...] cercetarea științifică relevantă, precum și evoluțiile în ceea ce privește supravegherea de către autoritățile competente și orientările relevante emise de organismele competente.

Articolul 13

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

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

CAPITOLUL IV – SUPRAVEGHEREA PUNERII ÎN APLICARE ȘI ASIGURAREA RESPECTĂRII REGULAMENTULUI

Articolul 14

Reprezentant legal

- (1) Furnizorii de servicii care prestează servicii de publicitate politică în Uniune, dar nu au un sediu în Uniune, desemnează în scris o persoană fizică sau juridică drept reprezentantul lor legal într-unul dintre statele membre în care furnizorul își oferă serviciile.
- (2) Reprezentantul legal este responsabil de asigurarea respectării obligațiilor furnizorului de servicii reprezentat în temeiul prezentului regulament și este destinatarul tuturor comunicărilor cu furnizorul de servicii relevante prevăzute în prezentul regulament. Orice comunicare către reprezentantul legal respectiv se consideră a fi o comunicare către furnizorul de servicii reprezentat.

Autoritățile competente și punctele de contact

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

- (4) Atunci când își exercită atribuțiile de supraveghere în legătură cu prezentul regulament, autoritățile competente menționate la alineatul (3) au competența de a solicita acces la date, documente sau orice informații necesare de la furnizorii de servicii de publicitate politică pentru îndeplinirea sarcinilor lor de supraveghere.
- (5) Autoritățile menționate la alineatul (3), în cazul în care își exercită competențele de asigurare a respectării prezentului regulament, au competența:
- (a) să emită avertismente adresate furnizorilor de servicii de publicitate politică cu privire la nerespectarea de către aceștia a obligațiilor care le revin în temeiul prezentului regulament;
 - (b) să facă o declarație publică în care identifică persoana(ele) juridică(e) și fizică(e) responsabilă(e) pentru încălcarea unei obligații prevăzute în prezentul regulament și natura încălcării respective;
 - (c) să impună amenzi administrative și sancțiuni financiare.
- (6) Statele membre asigură cooperarea între autoritățile competente, în special în cadrul rețelelor electorale naționale, pentru a facilita schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea sarcinilor de supraveghere și de asigurare a aplicării normelor pe care le au în temeiul prezentului regulament, inclusiv prin identificarea în comun a încălcărilor, prin schimbul de constatări și de know-how și prin menținerea legăturii cu privire la aplicarea și asigurarea respectării normelor relevante.
- (7) Fiecare stat membru desemnează o autoritate competentă ca punct de contact la nivelul Uniunii în sensul prezentului regulament.

- (8) Dacă un furnizor de servicii de publicitate politică prestează servicii în mai multe state membre sau își are sediul principal ori un reprezentant într-un stat membru, dar își desfășoară activitățile principale într-un alt stat membru, autoritatea competentă a statului membru în care se află sediul principal sau un alt sediu ori reprezentantul și autoritățile competente din aceste alte state membre cooperează și își oferă asistență reciprocă în funcție de necesități. Cu excepția cazului în care acest lucru este deja reglementat de dreptul Uniunii, cooperarea respectivă implică cel puțin următoarele:
- (a) autoritățile competente care aplică măsuri de supraveghere sau de asigurare a respectării legislației într-un stat membru informează și consultă, prin intermediul punctului de contact prevăzut la alineatul (7), autoritățile competente din celălalt (celelalte) stat(e) membru(e) în cauză cu privire la măsurile de supraveghere și de asigurare a respectării legislației luate și la acțiunile subsecvente acestora;
 - (b) o autoritate competentă poate solicita, prin intermediul punctului de contact menționat la alineatul (7), în mod justificat, motivat și proporțional, unei alte autorități competente, dacă este într-o poziție mai adecvată, să ia măsurile de supraveghere sau de asigurare a respectării legislației menționate la alineatele (4) și (5) și
 - (c) la primirea unei cereri justificate din partea altei autorități competente, o autoritate competentă acordă asistență celeilalte autorități competente, astfel încât măsurile de supraveghere sau de asigurare a respectării legislației menționate la alineatele (4) și (5) să poată fi puse în aplicare într-un mod eficace, eficient și consecvent. Într-un interval de timp proporțional cu urgența cererii, autoritatea competentă relevantă răspunde, prin intermediul punctelor de contact menționate la alineatul (7), fie comunicând datele solicitate, fie informând autoritatea competentă solicitantă că nu consideră că au fost îndeplinite condițiile pentru solicitarea asistenței în temeiul prezentului regulament. Orice informație transmisă în contextul asistenței solicitate și acordate în temeiul prezentului articol se utilizează numai în scopul pentru care a fost solicitată.
- (9) Punctele de contact se reunesc periodic la nivelul Uniunii, în cadrul Rețelei europene de cooperare în materie de alegeri, pentru a facilita schimbul rapid și securizat de informații cu privire la aspecte legate de exercitarea atribuțiilor de supraveghere și de asigurare a respectării legislației pe care le au în temeiul prezentului regulament.

Articolul 16

Sancțiuni

- (1) În ceea ce privește articolele 5-11, 13 și 14, statele membre stabilesc norme privind sancțiunile, inclusiv amenzile administrative și sancțiunile financiare aplicabile furnizorilor de servicii de publicitate politică din jurisdicția lor pentru încălcarea prezentului regulament, sancțiuni care, în fiecare caz în parte, trebuie să fie eficace, proporționale și disuasive.
- (2) Statele membre informează Comisia în legătură cu aceste norme în termen de 12 luni de la intrarea în vigoare a prezentului regulament și îi notifică fără întârziere orice modificare ulterioară care le vizează.
- (3) Atunci când se decide tipul de sancțiuni și nivelul acestora, se acordă atenția cuvenită, în fiecare caz în parte, printre altele, următoarelor aspecte:
 - (a) natura, gravitatea și durata încălcării;
 - (b) caracterul - intenționat sau din neglijență - al încălcării;
 - (c) orice acțiune întreprinsă pentru a atenua eventualele daune;
 - (d) orice încălcare anterioară relevantă și orice alt factor agravant sau atenuant aplicabil circumstanțelor cazului și
 - (e) gradul de cooperare cu autoritatea competentă.
- (4) Încălcările articolului 7 sunt considerate deosebit de grave în cazul în care se referă la materiale publicitare politice publicate sau difuzate în timpul unei perioade electorale și adresate cetățenilor din statul membru în care se organizează alegerile relevante.

- (5) Dacă un furnizor de servicii încalcă în mod intenționat sau din neglijență dispozițiile prezentului regulament pentru același material publicitar politic sau pentru un material publicitar politic conex, cuantumul total al amenzii administrative trebuie să fie suficient de ajustabil pentru a lua în considerare toți factorii relevanți; faptul că regulamentul a fost încălcat în mai multe privințe trebuie să se reflecte în cuantumul amenzii totale, în conformitate cu principiul proporționalității.
- (6) Pentru încălcările obligațiilor prevăzute la articolul 12, autoritățile de supraveghere menționate la articolul 51 din Regulamentul (UE) 2016/679 pot impune, în limitele domeniului lor de competență, amenzi administrative în conformitate cu articolul 83 din Regulamentul (UE) 2016/679 până la concurența sumei menționate la articolul 83 alineatul (5) din regulamentul respectiv.
- (7) Pentru încălcările obligațiilor prevăzute la articolul 12, autoritatea de supraveghere menționată la articolul 52 din Regulamentul (UE) 2018/1725 poate impune, în limitele domeniului său de competență, amenzi administrative în conformitate cu articolul 66 din Regulamentul (UE) 2018/1725 până la concurența sumei menționate la articolul 66 alineatul (3) din regulamentul respectiv.

Articolul 17

Publicarea perioadelor electorale

Statele membre publică datele perioadelor electorale naționale într-un loc ușor accesibil, cu o trimitere corespunzătoare la prezentul regulament.

CAPITOLUL V – DISPOZIȚII FINALE

Articolul 18

Evaluare și revizuire

În termen de doi ani de la fiecare scrutin pentru Parlamentul European și pentru prima dată la 31 decembrie 2026 cel târziu, Comisia prezintă un raport privind evaluarea și revizuirea prezentului regulament. În raport se evaluează necesitatea modificării prezentului regulament. Raportul este făcut public.

Articolul 19

Exercitarea delegării de competențe

- (1) Competența de a adopta acte delegate este conferită Comisiei în condițiile prevăzute la prezentul articol.
- (2) Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 7 alineatul (8) și la articolul 12 alineatul (8) se conferă Comisiei pentru o perioadă de [până la evaluarea aplicării prezentului regulament, doi ani de la următoarele alegeri pentru Parlamentul European].
- (3) Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 7 alineatul (8) și la articolul 12 alineatul (8) poate fi revocată oricând de Parlamentul European sau de Consiliu. O decizie de revocare pune capăt delegării de competențe specificate în decizia respectivă. Decizia produce efecte din ziua care urmează datei publicării acesteia în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene* sau de la o dată ulterioară menționată în decizie. Decizia nu aduce atingere actelor delegate care sunt deja în vigoare.

- (4) De îndată ce adoptă un act delegat, Comisia îl notifică simultan Parlamentului European și Consiliului.
- (5) Un act delegat adoptat în temeiul articolului 7 alineatul (8) sau al articolului 12 alineatul (8) intră în vigoare numai în cazul în care nici Parlamentul European și nici Consiliul nu au formulat obiecțiuni în termen de două luni de la notificarea acestuia către Parlamentul European și Consiliu sau în cazul în care, înaintea expirării termenului respectiv, Parlamentul European și Consiliul au informat Comisia că nu vor formula obiecțiuni. Respectivul termen se prelungește cu două luni la inițiativa Parlamentului European sau a Consiliului.

Articolul 20

Intrarea în vigoare și aplicarea

- (1) Prezentul regulament intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.
- (2) Acesta se aplică de la 1 aprilie 2023.
- (3) Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Bruxelles,

Pentru Parlamentul European
Președintele

Pentru Consiliu
Președintele