



Europeiska  
unionens råd

Bryssel den 10 juni 2022  
(OR. en)

---

Interinstitutionellt ärende:  
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

**NOT**

|                 |                                                                                                                                                             |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| från:           | Rådets generalsekretariat                                                                                                                                   |
| till:           | Delegationerna                                                                                                                                              |
| Föreg. dok. nr: | 8647/22 + REV1                                                                                                                                              |
| Komm. dok. nr:  | 14374/21 + COR1 + COR1 REV1;<br>+ ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1;<br>+ ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final                                                        |
| Ärende:         | Förslag till EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING om<br>transparens och inriktning när det gäller politisk reklam<br>– Ordförandeskapets kompromisstext |

För delegationerna bifogas ordförandeskapets **reviderade** kompromisstext om ovannämnda förslag.

Strykningar i kommissionens förslag markeras med [...] och tillagd text i kommissionens förslag markeras med **understruken fetstil**.

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

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DENNA  
FÖRORDNING

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

med beaktande av Europeiska kommissionens förslag,

efter översändande av utkastet till lagstiftningsakt till de nationella parlamenten,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande<sup>1</sup>,

med beaktande av Regionkommitténs yttrande<sup>2</sup>,

i enlighet med det ordinarie lagstiftningsförfarandet, och

---

<sup>1</sup> EUT C , , s. .

<sup>2</sup> EUT C , , s. .

av följande skäl:

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

- (4) Behovet av transparens är ett legitimt allmänt mål, som är i överensstämmelse med de värden som är gemensamma för EU och dess medlemsstater i enlighet med artikel 2 i fördraget om Europeiska unionen (EU-fördraget). Det är inte alltid lätt för medborgarna att känna igen politiska reklammeddelanden och utöva sina demokratiska rättigheter på ett välgrundat sätt. **Alltmer sofistikerad desinformation, en diversifiering av aktörer, snabb utveckling av ny teknik och en ökad spridning av manipulativ inblandning är viktiga utmaningar för EU och medlemsstaterna. Politisk reklam kan vara en källa till desinformation, särskilt om reklamens politiska karaktär inte framgår och om reklamen är riktad eller förstärkt.** En hög grad av transparens är nödvändig bland annat för att främja en öppen och rättvis politisk debatt **i syfte att säkerställa demokratiska politiska kampanjer** och fria och rättvisa val eller folkomröstningar och för att bekämpa desinformation och olaglig inblandning, inbegripet från utlandet. [...]. Om politisk reklam är transparent kan väljarna lättare förstå när de har att göra med ett politiskt reklammeddelande, för vems räkning reklammeddelandet görs och att de är föremål för riktad reklam från ett reklamföretags sida, och har därigenom bättre förutsättningar att göra välgrundade val.
- (5) I samband med politisk reklam används ofta inriktnings- och förstärkningstekniker. Inriktnings- eller förstärkningstekniker bör förstås som tekniker som används antingen för att rikta ett skräddarsytt politiskt reklammeddelande till en viss person eller grupp av personer eller för att öka spridningen, räckvidden eller synligheten för ett politiskt reklammeddelande. Med tanke på risken för att personuppgifter som används för inriktning missbrukas, bland annat genom mikromålstyrning och annan avancerad teknik, och vilken inverkan detta skulle kunna få, kan sådan teknik utgöra hot mot legitima allmänintressen såsom rättvisa, lika möjligheter och en transparent valprocess, samt mot den grundläggande rätten att erhålla information på ett objektivt, transparent och pluralistiskt sätt.

- (6) Politisk reklam regleras för närvarande på olika sätt i de olika medlemsstaterna, som i många fall tenderar att fokusera på traditionella medieformer. Det finns särskilda begränsningar, bland annat för tillhandahållande av politiska reklamtjänster över gränserna. Vissa medlemsstater förbjuder tjänstetillhandahållare från EU som är etablerade i andra medlemsstater att tillhandahålla tjänster av politisk natur eller med ett politiskt syfte under valperioder. Samtidigt finns det i vissa medlemsstater sannolikt luckor och kryphål i den nationella lagstiftningen, vilket leder till att politisk reklam ibland sprids utan hänsyn till relevanta nationella bestämmelser, något som riskerar att undergräva målet att reglera transparensen vad gäller politisk reklam.
- (7) För att öka transparensen när det gäller politisk reklam, bland annat för att bemöta medborgarnas farhågor, har vissa medlemsstater redan undersökt eller överväger för närvarande ytterligare åtgärder för att hantera frågan om transparens i fråga om politisk reklam och för att stödja en rättvis politisk debatt samt fria och rättvisa val eller folkomröstningar. Dessa nationella åtgärder övervägs särskilt för reklam som publiceras och sprids online, och de kan omfatta ytterligare förbud. Åtgärderna kan vara mjuka eller bindande och omfatta olika aspekter av transparens.
- (8) Denna situation leder till fragmentering av den inre marknaden, minskar rättssäkerheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som utarbetar, **främjar**, placerar, publicerar eller sprider politiska reklammeddelanden. Den skapar också hinder för den fria rörligheten för sammanhängande tjänster, snedvrider konkurrensen på den inre marknaden, även mellan tillhandahållare av onlinetjänster och offlinetjänster, samt innebär komplexa efterlevnadsinsatser och merkostnader för berörda tjänstetillhandahållare.
- (9) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster kommer därför sannolikt att avskräckas från att tillhandahålla sina politiska reklamtjänster i gränsöverskridande situationer. Detta gäller särskilt mikroföretag och små och medelstora företag, som ofta inte har tillräckliga resurser för att absorbera eller föra över de höga kostnader det innebär att utarbeta, placera, **främja**, publicera eller sprida politisk reklam i mer än en medlemsstat. Detta begränsar tillgången till tjänster och inverkar negativt på tjänstetillhandahållarnas möjligheter att innovera och erbjuda multimediala och multinationella kampanjer på den inre marknaden.

- (10) En konsekvent och hög grad av transparens i fråga om politisk reklam i hela unionen bör därför säkerställas när politiska reklamtjänster tillhandahålls, samtidigt som skillnader som hindrar den fria rörligheten för därmed sammanhängande tjänster på den inre marknaden bör undanröjas genom att det fastställs enhetliga transparenskyldigheter för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som garanterar ett enhetligt skydd av personers rättigheter och en enhetlig övervakning på hela den inre marknaden, på grundval av artikel 114 i EUF-fördraget.
- (11) Medlemsstaterna bör inte i sin nationella lagstiftning behålla eller införa bestämmelser om transparens i fråga om politisk reklam som avviker från bestämmelserna i denna förordning, särskilt inte strängare eller mindre stränga bestämmelser som ger en annan transparensnivå när det gäller politisk reklam. En fullständig harmonisering av transparenskraven i samband med politisk reklam ökar rättssäkerheten och minskar fragmenteringen av tjänstetillhandahållarnas skyldigheter i samband med politisk reklam.
- (12) En fullständig harmonisering av transparenskraven bör inte påverka friheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att frivilligt tillhandahålla ytterligare information om politisk reklam, till exempel[...] klickfrekvens för en viss politisk onlinereklam, som en del av yttrandefriheten och informationsfriheten som skyddas enligt artikel 11 i stadgan om de grundläggande rättigheterna.
- (13) Denna förordning bör [...] varken påverka [...]innehållet i politisk reklam eller unionens eller medlemsstaternas regler för presentation av politisk reklam, valperioder och bedrivandet av valkampanjer, bland annat reklamförbud[...].
- (13a) De särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag bör beaktas vid tillämpningen [och efterlevnaden] av denna förordning, i enlighet med proportionalitetsprincipen. Begreppen mikroföretag, små företag och medelstora företag bör förstås i den mening som avses i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU.**

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

**(14a) Vid tillämpningen av denna förordning i överensstämmelse med unionsrätten bör man, allt efter omständigheterna, ta hänsyn till publikationsmediets särskilda kännetecken, i synnerhet för att anpassa bestämmelserna till tv, radio och tidningar.**

- (15) Det finns ingen definition av politisk reklam respektive politiskt reklammeddelande på unionsnivå. Det behövs en gemensam definition för att tillämpningsområdet för de harmoniserade transparenskraven och reglerna om inriktning och förstärkning ska kunna fastställas. Definitionen bör omfatta många former som politisk reklam kan anta och samtliga medel och former för publicering eller spridning inom unionen, oavsett om källan finns inom unionen eller i ett tredjeland.
- (16) Definitionen av politisk reklam bör omfatta reklam som **utarbetas, placeras, främjas**, publiceras eller sprids direkt eller indirekt av eller för en politisk aktör eller för dennes räkning. Eftersom reklammeddelanden av eller för en politisk aktör eller för dennes räkning inte kan skiljas från den politiska aktörens verksamhet i dennes roll som politisk aktör, kan den antas kunna påverka den politiska debatten, utom om det rör sig om rent privata eller rent kommersiella budskap.

- (17) Andra aktörers **främjande**, publicering eller spridning av ett budskap som kan **och är utformat för att** påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, en lagstiftnings- eller regleringsprocess eller ett röstbeteende **på unionsnivå eller på nationell, regional, lokal eller partipolitisk nivå**, bör också utgöra politisk reklam. **Det bör finnas en tydlig och väsentlig koppling mellan meddelandet och dess potential att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, en lagstiftnings- eller regleringsprocess eller ett röstbeteende.** För att avgöra **om det finns en sådan koppling** [...] bör hänsyn tas till alla relevanta faktorer såsom **meddelandets sponsor**, meddelandets innehåll, det språk som används för att förmedla budskapet, det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, **inbegripet spridningsperiod, såsom en valperiod**, syftet med budskapet, [...] det sätt på vilket meddelandet **främjas**, publiceras eller sprids **samt målgrupp**. Meddelanden som rör samhällsfrågor eller kontroversiella frågor skulle[...] kunna komma att **och kan vara utformade för att** påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, en lagstiftnings- eller regleringsprocess eller ett röstbeteende.
- (18) Praktisk information från officiella källor som **uteslutande** rör organisation av och villkor för deltagande i val eller folkomröstningar bör inte utgöra politisk reklam.
- (19) Politiska åsikter som uttrycks **under en tjänstetillhandahållares redaktionella ansvar[...]** i **medier, bland annat i** program från **audiovisuella medietjänster i den mening som avses i artikel 1.1 a i direktiv 2010/13/EU<sup>3</sup>**, [...] i linjära och **icke-linjära radio[...]** sändningar som publiceras i tryckta **eller nätbaserade** medier [...] bör inte omfattas av denna förordning, **om inte tjänstetillhandahållaren har fått ersättning för de politiska åsikter som uttryckts** [...].

---

<sup>3</sup> EUT L 95, 15.4.2010, s. 1.



- (20) Vid tillämpningen av denna förordning bör val förstås som val till Europaparlamentet samt alla val eller folkomröstningar som anordnas på nationell, regional och lokal nivå i medlemsstaterna och val för att fastställa ledarskap för politiska partier. Begreppet bör inte omfatta andra former av val som t.ex. yrkesmässiga eller privat organiserade omröstningar.
- (21) Det är nödvändigt att definiera politiska reklammeddelanden som ett fall av politisk reklam. Reklammeddelanden omfattar också det sätt på vilket reklambudskapet förmedlas, inbegripet i tryckt form, via radio och tv eller via en onlineplattformstjänst.
- (22) Politiska aktörer i den mening som avses i denna förordning bör hänvisa till begrepp som definieras i unionsrätten och i nationell rätt i linje med internationella rättsliga instrument såsom Europarådets. Begreppet politiska [...] aktörer bör inbegripa [...] ett politiskt partis enheter som är knutna till respektive underordnade [...] det och som, med eller utan status som juridisk person, etablerats för att stödja [...] det eller eftersträva [...] dess mål, till exempel genom att samarbeta med en särskild grupp av väljare eller för ett specifikt valändamål.
- (23) Begreppet politiska aktörer bör även omfatta kandidater till eller innehavare av ett offentligt ämbete [...] [...] och ledamöter av medlemsstaters regeringar på [...] nationell, regional eller lokal nivå eller av en unionsinstitution, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten. Även andra politiska organisationer som inrättats för att uppnå ett specifikt resultat i ett val eller en folkomröstning bör inkluderas i denna definition.
- (24) En reklamkampanj bör avse utarbetande, placering, främjande, publicering och spridning av en rad sammanhängande reklammeddelanden inom ramen för ett avtal om politisk reklam, på grundval av gemensamt utarbetande samt gemensam sponsring och finansiering. [...]
- (25) Definitionen av politisk reklam bör inte påverka nationella definitioner av politiskt parti, politiska mål eller [...] valperioder på nationell nivå.

- (26) För att täcka det breda spektrum av tjänstetillhandahållare som är kopplade till politiska reklamtjänster bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster anses omfatta tillhandahållare som deltar i utarbetande, placering, främjande, publicering [...] eller spridning av politisk reklam. Tillhandahållare som endast tillhandahåller accessoriska tjänster i förhållande till politiska reklamtjänster bör inte betraktas som tillhandahållare av politiska reklamtjänster i den mening som avses i denna förordning.
- (26a) Utgivare av politisk reklam bör avses omfatta tillhandahållare av politiska reklamtjänster, vanligtvis i slutet av kedjan av tjänstetillhandahållare, som genom utsändningar publicerar och sprider politisk reklam eller via ett gränssnitt eller på annat sätt tillhandahåller politisk reklam för allmänheten.
- (26b) Med en sponsor bör avses den person för vars räkning politisk reklam utarbetas, placeras, främjas, offentliggörs eller sprids, till exempel en enskild kandidat i ett val, en registrerad tredje part eller ett politiskt parti.
- (27) Begreppet politiska reklamtjänster bör inte omfatta meddelanden som delas av enskilda personer som helt och hållet handlar i egenskap av privatpersoner. Enskilda personer bör inte anses handla i egenskap av privatpersoner om de publicerar meddelanden vars spridning eller publicering bekostas av [...] en tredje part.
- (28) Om sponsorn förklarar att [...] reklam[...] är[...] politisk [...] bör detta tydligt anges för andra tjänstetillhandahållare som är inblandade i de politiska reklamtjänsterna. Sponsorn bör uppge detta i god tro.
- Om ett reklammeddelande identifieras som politisk reklam bör dessutom dess fortsatta spridning även fortsatt uppfylla transparenskraven. Exempelvis bör, även när [...] politisk reklam enligt definitionen i denna förordning delas mellan privatpersoner, reklamen ändå märkas som politisk reklam.

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

- (31) Yttrandefriheten **och informationsfriheten**, som skyddas av artikel 11 i stadgan om de grundläggande rättigheterna, omfattar en individs rätt att ha politiska åsikter, ta emot och sprida politisk information och dela politiska tankar. Varje begränsning av  **dessa friheter** [...] måste vara förenlig med artikel 52 i stadgan om de grundläggande rättigheterna. [...] **Dessa friheter** kan bli föremål för moduleringar och inskränkningar om dessa motiveras av ett legitimt allmänintresse och är förenliga med de allmänna principerna i unionsrätten, såsom proportionalitet och rättssäkerhet. Detta är bland annat fallet när de politiska idéerna förmedlas genom reklamföretag.
- (32) När det gäller mellanhänder på internet är förordning (EU) 2022[...]**2**/XX [rättsakten om digitala tjänster] tillämplig på politiska reklammeddelanden som publiceras eller sprids av mellanhänder på internet genom övergripande regler som gäller för alla typer av onlinereklam, inbegripet kommersiella och politiska reklammeddelanden. På grundval av den definition av politisk reklam som fastställs i denna förordning är det lämpligt att göra de transparenskrav som fastställs för reklamutgivare som omfattas av förordning (EU) 2022[...]/XX [rättsakten om digitala tjänster] mer detaljerade, särskilt för mycket stora **online**plattformar. Detta gäller särskilt information om finansiering av politiska reklammeddelanden. [Kraven enligt denna förordning påverkar inte bestämmelserna i rättsakten om digitala tjänster, inbegripet när det gäller riskbedömnings- och begränsningsskyldigheter för mycket stora onlineplattformar i fråga om deras reklamssystem.]
- (33) Utarbetande, placering, främjande, publicering och spridning av politisk reklam kan inbegripa en komplex kedja av tjänstetillhandahållare. Detta är särskilt fallet när valet av reklam innehåll, valet av inriktnings- **och förstärknings**kriterier, tillhandahållandet av uppgifter som används för att rikta **och förstärka** ett reklammeddelande, tillhandahållandet av inriktnings- **och förstärknings**tekniker samt tillhandahållandet av ett reklammeddelande och dess spridning kan kontrolleras av olika tjänstetillhandahållare. Automatiska tjänster kan till exempel stödja matchning av profilen hos användaren av ett gränssnitt med det reklam innehåll som tillhandahålls, med hjälp av personuppgifter som samlats in direkt från användaren av tjänsten och från användarnas beteende online samt härledda uppgifter.

(34) Med tanke på vikten av att i synnerhet garantera att transparenskraven är ändamålsenliga, bland annat för att underlätta tillsynen, bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster säkerställa att den relevanta information som de samlar in i samband med tillhandahållandet av sina tjänster, inbegripet information om att ett reklammeddelande är politiskt, **är fullständig och korrekt samt** tillhandahålls den utgivare av politisk reklam som för ut det politiska reklammeddelandet till allmänheten. För att stödja ett effektivt genomförande av detta krav och ett snabbt och korrekt tillhandahållande av denna information, bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster **översända denna information samtidigt som den relevanta tjänsten tillhandahålls samt** överväga och stödja automatisering av informationsöverföringen mellan tillhandahållare av politiska reklamtjänster. **Om tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som de har översänt har uppdaterats, bör de säkerställa att denna uppdaterade information förmedlas till den relevanta utgivaren av politisk reklam.**

**(34a) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om att information bör uppdateras när sponsorn eller tjänstetillhandahållaren som agerar för dennes räkning informerar tillhandahållaren av politiska reklamtjänster om en relevant ändring. Utgivare av politisk reklam kan också få kännedom om behovet av en uppdatering genom den anmälningsmekanism som föreskrivs i denna förordning.**

**(34[...])b) Om tillhandahållare av politiska reklamtjänster[...] får kännedom om ett uppenbart fel i den information som förmedlas, eller att informationen är oriktig eller ofullständig [...], bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att ett sådant uppenbart fel[...] eller en sådan oriktighet eller ofullständighet korrigeras, särskilt genom bekräftelse av information som tillhandahålls av tillhandahållaren av politiska reklamtjänster [...] eller i förekommande fall sponsorn själv. Tillhandahållaren av politiska reklamtjänster bör inte vara skyldiga att utföra överdrivet stora eller kostsamma undersökningar [...]. Rimliga ansträngningar kan också återspeglas i avtalen mellan tjänsteleverantörerna och med sponsorn, när så är relevant.**

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

- (35) Om en konstgjord kommersiell eller avtalsmässig konstruktion riskerar att äventyra ändamålsenligheten hos de transparensskyldigheter som fastställs i förordningen, bör dessa skyldigheter gälla för den eller de enheter som i huvudsak tillhandahåller reklamtjänsten.

[...]

- (37) Trots att förordningen föreskriver specifika krav bör ingen av de skyldigheter som fastställs i denna emellertid uppfattas som en allmän övervakningsskyldighet för tillhandahållare av förmedlingstjänster när det gäller politiskt innehåll som delas av fysiska eller juridiska personer, och de bör inte heller tolkas som en allmän skyldighet för tillhandahållare av förmedlingstjänster att vidta proaktiva åtgärder i samband med olagligt innehåll eller olaglig verksamhet som dessa tillhandahållare överför eller lagrar.

- (38) Genom transparens i fråga om politisk reklam bör medborgarna kunna förstå att de har att göra med ett politiskt reklammeddelande. Utgivare av politisk reklam bör säkerställa att det [...] [...] **tillsammans** med varje politiskt reklammeddelande offentliggörs tydliga uppgifter om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande, och om sponsorns identitet. Sponsorns namn kan i förekommande fall innehålla en politisk logotyp. Utgivare av politisk reklam bör använda sig av en lämplig märkning, med beaktande av utvecklingen inom relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis när det gäller transparens genom märkning av reklam. **Presentationen av meddelandet och sponsorns namn kan variera beroende på vilka metoder som används. I samband med radiosändningstjänster kan till exempel ett meddelande föregå eller följa på den politiska reklamen.** De bör också säkerställa att det [...] **tillsammans** med varje politiskt reklammeddelande offentliggörs information som gör det möjligt att förstå det bredare sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften. Informationen kan antingen ingå i själva reklammeddelandet eller tillhandahållas av utgivaren på dennes webbplats, via en länk, **en qr-kod (Quick Response code)** eller en motsvarande tydlig och användarvänlig anvisning i reklammeddelandet.

- (39) Denna information bör tillhandahållas i ett transparensmeddelande som även bör ange sponsorns identitet och, **i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn,** för att stödja ansvarsskyldigheten i den politiska processen. Det bör tydligt anges var sponsorn är etablerad och huruvida sponsorn är en fysisk eller juridisk person. Personuppgifter om enskilda personer som är inblandade i politisk reklam och som inte har något samband med sponsorn eller någon annan berörd politisk aktör bör inte anges i transparensmeddelandet. Transparensmeddelandet bör också innehålla information om spridningsperioden, eventuella därmed sammanhängande val, det belopp som använts och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot det specifika reklammeddelandet samt för hela reklamkampanjen, källan till de medel som använts samt annan information så att det kan säkerställas att det politiska reklammeddelandet sprids på ett rättvist sätt. Information om källan till de medel som används kan exempelvis vara huruvida källan är offentlig eller privat och huruvida den kommer från ett land inom eller utanför Europeiska unionen. Information om val eller folkomröstningar bör om möjligt inbegripa en länk till information från officiella källor rörande organisationen och villkoren för deltagande eller för främjande av deltagande i dessa val eller folkomröstningar.

**Transparensmeddelandet bör finnas tillgängligt omedelbart när reklamen publiceras eller sprids, och den information som presenteras bör i förekommande fall hållas uppdaterad.**

Transparensmeddelandet bör vidare innehålla information om hur politiska reklammeddelanden ska flaggas i enlighet med det förfarande som fastställs i denna förordning. Detta krav bör inte påverka tillämpningen av bestämmelser om anmälan enligt artiklarna 14, 15 och 19 i förordning (EU) 2022[...]XXX [rättsakten om digitala tjänster].

**Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att informationen är fullständig och korrekt.**



- (40) Den information som ska ingå i transparensmeddelandet bör anges i själva reklammeddelandet eller vara lätt att hitta på grundval av en indikation i reklammeddelandet. **Presentationen av informationen kan variera beroende på vilka metoder som används. För att enkelt kunna hämta informationen i transparensmeddelandet i offlinereklam, kan till exempel en särskild webbsida, en qr-kod (Quick Response code) eller motsvarande användarvänliga tekniska åtgärder användas.**

Kravet på att informationen om transparensmeddelandet ska vara tydligt synlig bör innebära att den har en framträdande plats i eller tillsammans med reklammeddelandet. Kravet på att den information som offentliggörs i transparensmeddelandet ska vara lättillgänglig, maskinläsbar om det är tekniskt möjligt och användarvänlig bör innebära att den tillgodoser behoven hos personer med funktionsnedsättning. Bilaga I till direktiv (EU) 2019/882 (den europeiska rättsakten om tillgänglighet) innehåller tillgänglighetskrav rörande information, inbegripet digital information som bör användas för att göra politisk information tillgänglig för personer med funktionsnedsättning.

- (41) Det bör utformas transparensmeddelanden för att öka användarnas medvetenhet och bidra till en tydlig identifiering av det politiska reklammeddelandet som sådant. Transparensmeddelandena bör utformas så att de finns kvar, **om det är tekniskt möjligt**, eller förblir tillgängliga om ett politiskt reklammeddelande sprids vidare, till exempel genom att det läggs ut på en annan plattform eller vidarebefordras mellan enskilda personer. Informationen i transparensmeddelandet bör publiceras när offentliggörandet av de politiska reklammeddelandena inleds [...] och fram till dess att publiceringen [...] avslutas.[...]
- Utgivare av politisk reklam bör bevara och på begäran lämna ut sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar under en period på fem år efter den senaste publiceringen.** Den bevarade informationen bör också innehålla information om politisk reklam som har upphört att gälla eller som har tagits bort av utgivaren. **Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som inte är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i förordning (EU) 2022/XXX [rättsakten om digitala tjänster] bör kunna besluta i vilken form denna information ska bevaras.**

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

**(42[...].d)** Dessutom bör utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i förordning (EU) 202[...]**2/XXX** [rättsakten om digitala tjänster] göra informationen i transparensmeddelandet tillgänglig **i realtid** via de databaser över reklammeddelanden som offentliggörs i enlighet med artikel 30 i [rättsakten om digitala tjänster]. **Det är lämpligt att göra de transparenskrav som fastställs för databaser som avses i artikel 30 i förordning (EU) 2021/XX [rättsakten om digitala tjänster] mer detaljerade. Detta gäller särskilt information om borttagen politisk reklam och skälet till att den dragits tillbaka. Dessutom bör mycket stora onlineplattformar få offentliggöra annan information om reklamens påverkan, inbegripet information om klickfrekvens. Andra tillhandahållare av den politiska reklamtjänsten bör uppmuntras att upprätta liknande databaser över politiska reklammeddelanden.** Detta kommer att underlätta arbetet för berörda aktörer, inbegripet forskare, i deras särskilda roll att stödja fria och rättvisa val eller folkomröstningar och rättvisa valkampanjer, bland annat genom att granska sponsorer av politisk reklam och analysera det politiska reklamlandskapet.

(43) Om tillhandahållaren av den politiska reklamtjänst som är värd för eller på annat sätt lagrar och tillhandahåller innehållet i ett politiskt reklammeddelande skiljer sig från tillhandahållaren av den politiska reklamtjänst som kontrollerar webbplatsen eller det andra gränssnitt som slutligen [...] **presenterar** det politiska reklammeddelandet, bör dessa tillsammans betraktas som reklamutgivare, var och en med ansvar för den specifika tjänst de tillhandahåller, för att säkerställa att märkning tillhandahålls och att transparensmeddelandet och relevant information finns tillgängliga. Deras kontraktsmässiga överenskommelse bör återspegla hur de organiserar efterlevnaden av denna förordning.

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

(45a) Utgivare av politisk reklam [...]bör [...]göra rimliga [...]ansträngningar för att på ett aktsamt och objektivt sätt och utan onödigt dröjsmål behandla [...] de anmälningar som mottagits i enlighet med punkt [...] i denna förordning[...]. Om en anmälan innehåller tillräcklig information för att en aktsam utgivare av politisk reklam utan en ingående granskning ska kunna fastställa att information saknas eller är oriktig, bör utgivaren av politisk reklam anses ha kännedom om denna oriktighet eller ofullständighet och bör utan onödigt dröjsmål agera genom att kontakta berörda tjänstetillhandahållare och, i förekommande fall, sponsorn. Utgivaren av politisk reklam [...] bör underrätta upphovsmannen till anmälan [...] om uppföljningen av anmälan[...]. [...],[...]

(45b) För att säkerställa att transparenskraven är ändamålsenliga under ett val eller en folkomröstning, bör utgivare av politisk reklam inom den sista månaden före valet eller folkomröstningen behandla alla anmälningar som de mottar om reklammeddelanden med koppling till detta [...] val eller denna folkomröstning inom 48 timmar genom att kontakta berörda tillhandahållare av politiska reklamtjänster [...] och, i förekommande fall, sponsorn.

**(45c) Alla åtgärder som en utgivare av politisk reklam vidtar bör vara strikt riktade i den meningen att de bör tjäna till att korrigera, komplettera eller avlägsna den specifika del av informationen som inte är förenlig med denna förordning, med vederbörlig hänsyn till yttrandefriheten, informationsfriheten och andra grundläggande rättigheter.**

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

- (47) Personuppgifter som samlas in direkt från enskilda personer, eller indirekt såsom härledda uppgifter, när personer grupperas utifrån sina förmodade intressen eller intressen som härleds genom deras onlineverksamhet, beteendeprofilering och andra analystekniker, används i allt högre grad för att rikta politiska budskap till grupper, enskilda väljare eller enskilda individer och förstärka deras genomslagskraft. På grundval av behandlingen av personuppgifter, särskilt **särskilda kategorier av personuppgifter** [...] enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679<sup>4</sup> och Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725<sup>5</sup>, kan olika grupper av väljare eller enskilda personer segmenteras och deras egenskaper eller sårbarheter utnyttjas, till exempel genom att reklammeddelandena sprids vid särskilda tidpunkter och på särskilda platser som fastställts för att dra nytta av de tillfällen där dessa personer skulle kunna vara mottagliga för en viss typ av information/budskap. Detta har specifika och skadliga effekter på medborgarnas grundläggande rättigheter och friheter när det gäller behandlingen av deras personuppgifter och deras frihet att erhålla objektiv information, bilda sig en uppfattning, fatta politiska beslut och utöva sin rösträtt. Detta inverkar negativt på den demokratiska processen. Ytterligare begränsningar och villkor i förhållande till förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2018/1725 bör anges.
- De villkor som fastställs i denna förordning när det gäller användning av inriktnings- och förstärkningstekniker som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med politisk reklam bör grundas på artikel 16 i EUF-fördraget.

---

<sup>4</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) (EUT L 119, 4.5.2016, s. 1).

<sup>5</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 av den 23 oktober 2018 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter som utförs av unionens institutioner, organ och byråer och om det fria flödet av sådana uppgifter samt om upphävande av förordning (EG) nr 45/2001 och beslut nr 1247/2002/EG (EUT L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (48) Inriktnings- och förstärkningstekniker i samband med politisk reklam som inbegriper behandling av sådana uppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725 bör därför förbjudas. Sådana tekniker bör endast tillåtas om de används av de personuppgiftsansvariga eller av någon som agerar för dennes räkning, på grundval av uttryckligt samtycke från den registrerade eller inom ramen för berättigad verksamhet med lämpliga skyddsåtgärder hos en stiftelse, en förening eller ett annat icke vinstdrivande organ, som har ett politiskt, filosofiskt eller religiöst eller fackligt syfte, förutsatt att behandlingen enbart rör sådana organs medlemmar eller tidigare medlemmar eller personer som på grund av organets ändamål har regelbunden kontakt med detta och personuppgifterna inte lämnas ut utanför det organet utan den registrerades samtycke. Detta bör åtföljas av särskilda skyddsåtgärder. Samtycke bör förstås som samtycke i den mening som avses i förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2018/1725. Det bör därför inte vara möjligt att åberopa undantagen i artikel 9.2 b, c, e, f, g, h, i och j i förordning (EU) 2016/679 eller artikel 10.2 b, c, e, f, g, h, i och j i förordning (EU) 2018/1725 för att använda inriktnings- och förstärkningstekniker i syfte att publicera, främja eller sprida politisk reklam som inbegriper behandling av personuppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725.↓



- (49) För att säkerställa ökad transparens och ansvarsskyldighet bör, när inriktnings- och förstärkningstekniker används i samband med politisk reklam som inbegriper behandling av personuppgifter, personuppgiftsansvariga tillämpa ytterligare skyddsåtgärder. **Dessa ytterligare skyddsåtgärder bör komplettera befintliga skyddsåtgärder, inbegripet sådana som rör automatiserat beslutsfattande i enlighet med artikel 24 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 26 i förordning (EU) 2018/1725.** De bör anta och genomföra en policy som beskriver användningen av sådan teknik för inriktning på enskilda personer eller förstärkning av deras budskap och föra register över sin relevanta verksamhet. Vid publicering, främjande eller spridning av ett politiskt reklammeddelande med hjälp av inriktnings- och förstärkningstekniker bör de personuppgiftsansvariga tillsammans med det politiska reklammeddelandet tillhandahålla relevant information som gör det möjligt för den berörda personen att förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den inriktning som används, samt användningen av tredjepartsuppgifter och ytterligare analystekniker, inbegripet huruvida reklammeddelandets inriktning optimerats ytterligare i samband med tillhandahållandet.
- (50) Utgivare av politisk reklam som använder inriktnings- eller förstärkningstekniker bör i sitt transparensmeddelande inkludera den information som behövs för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den teknik som används, användningen av tredjepartsuppgifter och de ytterligare analystekniker som används samt en **tydlig angivelse, till exempel en länk till en webbplats, av var [...] [...]** de personuppgiftsansvariga<sub>s</sub> relevanta policy **enkelt kan hittas**.
- (50a)** Om de personuppgiftsansvariga<sub>a</sub> inte är densamma som reklamutgivaren bör de personuppgiftsansvariga<sub>a</sub> översända den interna policyn [...] till utgivaren **och säkerställa att den information som behövs lämnas till utgivaren av politisk reklam. Informationen bör översändas i god tid och på ett korrekt sätt.**
- (50b)** Tillhandahållare av reklamtjänster bör[...] till utgivaren av politisk reklam översända den information som de behöver för att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Tillhandahållandet av sådan information skulle kunna automatiseras och integreras i de ordinarie affärsprocesserna på grundval av standarder.

- (51) För att ge enskilda personer ytterligare möjlighet att utöva sina rättigheter till skydd av personuppgifter bör utgivare av politisk reklam tillhandahålla ytterligare information och lämpliga verktyg till den berörda registrerade för att stödja dennes utövande av sina rättigheter enligt EU:s rättsliga ram för uppgiftsskydd, vilket inbegriper att den registrerade kan invända mot eller återkalla sitt samtycke när ett politiskt reklammeddelande riktas till honom eller henne. Denna information bör också vara lätt att tillgå direkt från transparensmeddelandet. De verktyg som enskilda personer har till sitt förfogande till stöd för utövandet av sina rättigheter bör på ett ändamålsenligt sätt kunna förhindra att en enskild person utsätts för politiska reklammeddelanden och förhindra inriktning på grundval av specifika kriterier och av en eller flera specifika personuppgiftsansvariga.
- (52) Kommissionen bör uppmuntra att det utarbetas uppförandekoder enligt artikel 40 i förordning (EU) 2016/679 för att stödja de registrerades utövande av sina rättigheter i detta sammanhang.
- (53) Information som ska tillhandahållas i enlighet med alla krav som är tillämpliga på användningen av inriktnings- och förstärkningstekniker enligt denna förordning bör presenteras i en form som är lättillgänglig, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av ett enkelt språk.
- (54) Det är lämpligt att fastställa regler för överföring av information om inriktning till andra berörda enheter. Det tillämpliga systemet bör vara förenligt med det system för informationsöverföring som är kopplat till transparenskraven.
- (55) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade i ett tredjeland och som erbjuder tjänster i unionen bör utse en bemyndigad rättslig företrädare i unionen för att en effektiv tillsyn av denna förordning i förhållande till dessa tillhandahållare ska möjliggöras. Den rättsliga företrädaren kan vara den som utsetts på grundval av artikel 27 i förordning (EU) 2016/679 eller den företrädare som utsetts på grundval av artikel 11 i förordning (EU) 2022[...]/xxx [rättsakten om digitala tjänster].

- (56) För en effektiv tillsyn av denna förordning är det nödvändigt att ge tillsynsmyndigheterna befogenhet att övervaka och verkställa de relevanta reglerna. Beroende på varje medlemsstats rättssystem och i linje med befintlig unionslagstiftning, inbegripet förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala tjänster], kan olika nationella rättsliga eller administrativa myndigheter utses för detta ändamål.
- (57) När det gäller tillsyn av onlinebaserade förmedlingstjänster enligt denna förordning bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter och säkerställa att tillsynen är förenlig med de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med artikel 38 i förordning (EU) [rättsakten om digitala tjänster]. Samordnare av digitala tjänster, i enlighet med förordning (EU) [rättsakten om digitala tjänster], i varje medlemsstat bör under alla omständigheter ansvara för att säkerställa samordning i dessa frågor på nationell nivå, och vid behov inleda gränsöverskridande samarbete med andra samordnare för digitala tjänster i enlighet med de mekanismer som fastställs i förordning (EU) [rättsakten om digitala tjänster]. Inom ramen för tillämpningen av denna förordning bör denna mekanism begränsas till det nationella samarbetet mellan samordnare av digitala tjänster [och bör inte omfatta unionsnivå i enlighet med förordning (EU) [rättsakten om digitala tjänster]].
- (58) För tillsyn av de aspekter av denna förordning som inte omfattas av tillsynsmyndigheternas behörighet enligt förordning (EU) 2016/679 eller förordning (EU) 2018/725 bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter. För att stödja upprätthållandet av grundläggande rättigheter och friheter, rättsstatsprincipen, demokratiska principer och allmänhetens förtroende för tillsynen av politisk reklam är det nödvändigt att dessa myndigheter är strukturellt oberoende av inblandning utifrån och av politiska påtryckningar samt har lämpliga befogenheter att effektivt övervaka och vidta de åtgärder som krävs för att säkerställa efterlevnaden av denna förordning, särskilt de skyldigheter som fastställs i artikel 7. Medlemsstaterna får särskilt utse nationella regleringsmyndigheter eller regleringsorgan i enlighet med artikel 30 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU av den 10 mars 2010 om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster) (EUT L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (59) Om det redan finns regler i unionslagstiftningen om tillhandahållande av information till behöriga myndigheter och om samarbete med och mellan dessa myndigheter, såsom artikel 9 i förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala tjänster] eller de regler som ingår i förordning (EU) 2016/679, bör dessa regler gälla i tillämpliga delar för de relevanta bestämmelserna i denna förordning.
- (60) De myndigheter som är behöriga att utöva tillsyn över denna förordning bör samarbeta med varandra, både på nationell nivå och EU-nivå, och på bästa sätt utnyttja befintliga strukturer, däribland nationella samarbetsnätverk, det europeiska nätverk för valsamarbete som avses i rekommendation C(2018) 5949 final och den europeiska grupp av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster som inrättats i enlighet med direktiv 2010/13/EU. Ett sådant samarbete bör underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter enligt denna förordning, bland annat genom att gemensamt identifiera överträdelser, dela med sig av resultat och sakkunskap och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.

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

- (63) Medlemsstaternas myndigheter bör säkerställa att överträdelser av de skyldigheter som fastställs i denna förordning bestraffas med administrativa sanktionsavgifter eller ekonomiska sanktioner. När de gör detta bör de ta hänsyn till överträdelsens art, allvar, frekvens och varaktighet med tanke på det allmänintresse som står på spel, omfattningen och typen av den verksamhet som bedrivs samt överträdarens ekonomiska kapacitet. Hänsyn bör tas till den avgörande roll som de skyldigheter som fastställs i artikel 7 spelar för att målen i denna förordning ska kunna uppnås på ett effektivt sätt. Dessutom bör myndigheterna beakta huruvida den berörda tillhandahållaren av tjänster systematiskt eller återkommande underlåter att uppfylla sina skyldigheter enligt denna förordning, bland annat genom att skjuta upp tillhandahållandet av information till berörda enheter samt, i förekommande fall, huruvida tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är verksam i flera medlemsstater. Ekonomiska sanktioner och administrativa sanktionsavgifter ska i varje enskilt fall vara effektiva, proportionerliga och avskräckande, med vederbörlig hänsyn till att tillräckliga och tillgängliga rättssäkerhetsgarantier tillhandahålls, särskilt för att säkerställa att den politiska debatten förblir öppen och tillgänglig.
- (64) De behöriga myndigheternas utövande av sina befogenheter enligt denna förordning bör omfattas av lämpliga rättssäkerhetsgarantier i enlighet med unionsrätten och nationell rätt, inbegripet effektiva rättsmedel och rättssäkerhet.
- (65) Medlemsstaterna bör offentliggöra den exakta längden på sina valperioder, som fastställts i enlighet med deras valtraditioner, i tillräckligt god tid innan valkalendern inleds.

- (66) För att uppfylla målen med denna förordning bör befogenheten att anta akter i enlighet med artikel 290 i fördraget delegeras till kommissionen avseende artikel 7.7 för att närmare ange i vilken form kraven för tillhandahållande av information i transparensmeddelanden enligt den artikeln bör tillhandahållas, och när det gäller artikel 12.8 ytterligare specificera i vilken form kraven på tillhandahållande av information om inriktning bör tillhandahållas. Det är särskilt viktigt att kommissionen genomför lämpliga samråd, bland annat med experter som utses av varje medlemsstat, och att dessa samråd genomförs i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstiftning. För att säkerställa lika stor delaktighet i förberedelsen av delegerade akter erhåller Europaparlamentet och rådet alla handlingar samtidigt som medlemsstaternas experter, och deras experter ges systematiskt tillträde till möten i kommissionens expertgrupper som arbetar med förberedelse av delegerade akter.
- (67) Senast två år efter varje val till Europaparlamentet bör kommissionen lägga fram en offentlig rapport om utvärderingen och översynen av denna förordning. Vid utarbetandet av rapporten bör kommissionen också beakta genomförandet av denna förordning i samband med andra val och folkomröstningar i unionen. Rapporten bör bland annat granska huruvida bestämmelserna i bilagorna till denna förordning fortfarande är lämpliga och om det finns behov av att se över dem.
- (68) Kompletterande skyldigheter när det gäller europeiska politiska partiers användning av politisk reklam fastställs i förordning (EU) nr 1141/2014 om stadgar för och finansiering av europeiska politiska partier och stiftelser.

- (69) Eftersom målen med denna förordning, nämligen att bidra till en välfungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster och att fastställa regler för inriktning i samband med publicering och spridning av politisk reklam, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna och de därför bättre kan uppnås på unionsnivå, kan unionen anta denna förordning i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i EU-fördraget. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går denna förordning inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.
- (70) Denna förordning påverkar inte tillämpningen av de regler som fastställs särskilt i direktiv 2000/31/EG, inbegripet ansvarsreglerna för tjänstelevererande mellanhänder i artiklarna 12–15 i det direktivet, ändrat genom förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala tjänster], förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala marknader], direktiv 2002/58/EG och förordning (EU) XXX [förordningen om integritet och elektronisk kommunikation], samt direktiv 2010/13/EU, direktiv 2000/31/EG, direktiv 2002/58/EG, direktiv 2005/29/EG, direktiv 2011/83/EU, direktiv 2006/114/EG, direktiv 2006/123/EG och förordning (EU) 2019/1150.
- (71) Europeiska datatillsynsmannen har hörts i enlighet med artikel 42.1 i förordning (EU) 2018/1725 och avgav ett yttrande den XX XX 2022.



HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

## KAPITEL I – ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

### *Artikel 1*

#### **Innehåll och[...] mål**

1. I denna förordning fastställs följande:

- a) Harmoniserade skyldigheter för tillhandahållare av politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster att sörja för transparens genom att bevara, tillkännage och publicera information i samband med tillhandahållandet av sådana tjänster.
- b) Harmoniserade regler om användning av inriktnings- och förstärkningstekniker i samband med publicering, spridning eller främjande av politisk reklam som inbegriper [...] **behandling** av personuppgifter.

[...]

[...]2. Denna förordning har följande syften:

- a) Att bidra till en väl fungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster.
- b) Att skydda fysiska personer när det gäller behandling av personuppgifter.

[...]

Artikel 1a

Tillämpningsområde

1. Denna förordning ska tillämpas på politisk reklam som utarbetas, placeras, främjas, publiceras eller sprids i unionen, eller riktas till enskilda personer i en eller flera medlemsstater, oberoende av var tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är etablerad[...] och oberoende av vilka medel som används.
2. Denna förordning ska varken påverka innehållet i politisk reklam eller unionens eller medlemsstaternas regler för presentation av politisk reklam, valperioder och bedrivandet av valkampanjer.

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

- a) Direktiv 2000/31/EG.**
- b) Direktiv 2002/58/EG och förordning (EU) XXX [förordningen om integritet och elektronisk kommunikation].**
- c) Direktiv 2005/29/EG.**
- d) Direktiv 2006/114/EG.**
- e) Direktiv 2006/123/EG.**
- f) Direktiv 2010/13/EU.**
- g) Direktiv 2011/83/EU.**
- h) Förordning (EU) 2019/1150.**
- i) [Förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala tjänster]].**

*Artikel 2*

**Definitioner**

I denna förordning avses med[...]

1. *tjänst*: prestation som utövas av egenföretagare, normalt mot ersättning, enligt definitionen i artikel 57 i EUF-fördraget.

2. *politisk reklam*: alla former av utarbetande, placering, främjande, publicering eller spridning av ett budskap
- a) av eller för en politisk aktör eller för dennes räkning, såvida det inte är av rent privat eller rent kommersiellt slag, eller
  - b) som kan **och är utformat för** att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, en lagstiftnings- eller regleringsprocess eller ett röstbeteende.

**Detta ska inte omfatta politiska åsikter som uttrycks under en tjänstetillhandahållares redaktionella ansvar i medier, [...] om inte tjänstetillhandahållaren har fått ersättning för de politiska åsikter som uttryckts.**

3. *politiskt reklammeddelande*: fall av politisk reklam **som publiceras eller sprids i någon form.**
4. *politisk aktör*: något av följande:
- a) ett politiskt parti i den mening som avses i artikel 2.1 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 eller en enhet som har [...] anknytning till ett sådant politiskt parti [...],
  - b) en politisk allians i den mening som avses i artikel 2.2 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,
  - c) ett europeiskt politiskt parti i den mening som avses i artikel 2.3 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,
  - d) en kandidat till **eller innehavare av** ett förtroendeuppdrag på [...] **unionsnivå samt på** nationell, regional och lokal nivå eller till någon av ledarposterna inom ett politiskt parti,

[...]

- f) en [...]ledamot vid en **unionsinstitution, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten, eller av en regering [...]**i **medlemsstaterna på** nationell, regional eller lokal nivå,
- g) en politisk kampanjorganisation, med eller utan status som juridisk person, som inrättats [...] för att **påverka resultatet i** [...] val eller folkomröstningar [...],
- h) varje fysisk eller juridisk person som företräder eller agerar för någon av de personer eller organisationer som avses i a–g[...] **och** som främjar de politiska målen för någon av dessa.

5. *politisk reklamtjänst*: tjänst som består i politisk reklam, med undantag av en onlinebaserad förmedlingstjänst i den mening som avses i artikel 2 f i förordning (EU) 202[...]2/XXX [rättsakten om digitala tjänster] och som tillhandahålls utan ersättning för placeringen, **främjandet**, publiceringen eller spridningen av budskapet i fråga.

**5a. tillhandahållare av politiska reklamtjänster: fysisk eller juridisk person som tillhandahåller politiska reklamtjänster, med undantag av endast accessoriska tjänster.**

6. *politisk reklamkampanj*: utarbetande, placering, främjande, publicering eller spridning av en rad sammanhängande **politiska** reklammeddelanden inom ramen för ett avtal om politisk reklam, på grundval av gemensamt utarbetande, gemensam sponsring eller gemensam finansiering.

7. *sponsor*: den fysiska eller juridiska person för vars räkning ett politiskt reklammeddelande utarbetas, placeras, **främjas**, publiceras eller sprids.

8. *Inriktnings[...]tekniker*: tekniker som används [...] för att rikta skräddarsydd politisk reklam till en viss person eller grupp av personer[...].

**8a. förstärkningstekniker: tekniker som används för att öka spridningen, räckvidden eller synligheten för politisk reklam.**

9. *valperiod*: perioden före, under eller omedelbart efter ett val eller en folkomröstning i en medlemsstat och under vilken kampanjverksamheten omfattas av **medlemsstaternas** särskilda regler.
10. *relevant väljarkår*: den samling personer som har rätt att rösta i ett val eller en folkomröstning i den medlemsstat där ett politiskt reklammeddelande [...] **publiceras eller sprids**, vilket kan vara hela väljarkåren i en medlemsstat.
11. *utgivare av politisk reklam*: **tillhandahållare av politiska reklamtjänster** [...] som **publicerar eller sprider reklam**, [...] oavsett medium.
12. *personuppgiftsansvarig*: personuppgiftsansvarig enligt artikel 3[...]8[...] i förordning (EU) 2016/679 eller, i tillämpliga fall, artikel 3.8 i förordning (EU) 2018/1725.

Vid tillämpningen av första stycket ska budskap enligt punkt 2 från officiella källor [...] **som uteslutande gäller** organisation och former för deltagande i val eller folkomröstningar eller för främjande av deltagande i val eller folkomröstningar inte betraktas som politisk reklam.

## **Artikel 2a**

### **Identifiering av ett politiskt reklammeddelande**

**Vid fastställandet av huruvida ett meddelande utgör ett politiskt reklammeddelande i den mening som avses i artikel 2.2 b ska hänsyn tas till alla dess särdrag, och särskilt till följande relevanta faktorer:**

- (a) **Meddelandets innehåll.**
- (b) **Meddelandets sponsor.**
- (c) **Det språk som används för att förmedla budskapet, det sätt på vilket meddelandet främjas, publiceras eller sprids samt målgrupp.**
- (d) **Det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperiod, såsom val- eller folkomröstningsperioder och lagstiftnings- eller regleringsprocess.**
- (e) **Syftet med budskapet.**

### Artikel 3

#### **[...] Inre marknadsprincipen**

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

## KAPITEL II – SKYLDIGHETER AVSEENDE TRANSPARENS I POLITISKA REKLAMTJÄNSTER

### Artikel 4

#### Transparens i fråga om politiska reklamtjänster

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

### Artikel 5

#### Identifiering av politiska reklamtjänster

- 1.** Tillhandahållare av reklamtjänster ska begära att sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning uppger huruvida den reklamtjänst de begär att tjänstetillhandahållaren ska utföra utgör en politisk reklamtjänst i den mening som avses i artikel 2.5. Sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning ska uppge detta **i god tro**.
- 2.** Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst [...] **föreskriver att sponsorn eller tillhandahållarna av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning ska tillhandahålla relevant information som är nödvändig för att uppfylla kraven i artikel 6.1. Informationen ska översändas [...] på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål.**



- 3. Om det som uppges är uppenbart felaktigt eller informationen är uppenbart felaktig ska tillhandahållare av reklamtjänster begära att sponsorer eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning korrigerar detta. Sponsorer eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska göra denna korrigerings på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål.**

## *Artikel 6*

### **Registrering [...]**

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

[...]

## Artikel 6a

### Överföring av information till utgivare av politisk reklam

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

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

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

### Transparenskrav för varje politiskt reklammeddelande

1. **Utgivaren av politisk reklam** [...] ska [...] **tillsammans med varje politiskt reklammeddelande göra** [...] följande information **tillgänglig** på ett klart, framträdande och otvetydigt sätt:
  - a) En uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande.
  - b) Identiteten på sponsorn för det politiska reklammeddelandet och, **i tillämpliga fall,** den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.
  - c) Ett transparensmeddelande för att göra det möjligt att förstå det bredare sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften, eller en tydlig angivelse av var det enkelt kan hittas.

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

2. Transparensmeddelandet [...] ska innehålla följande information:
  - a) Identiteten på **och etableringsorten för** sponsorn **och, i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn samt** [...] kontaktuppgifter till dessa.
  - b) Den period under vilken det politiska reklammeddelandet är avsett att publiceras och spridas [...].

- c) [...] Information om de sammanlagda belopp som använts eller andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, inbegripet dem som utgivaren erhållit, helt eller delvis i utbyte mot de [...] politiska reklamtjänsterna [...] för det berörda reklammeddelandet samt, i förekommande fall, den politiska reklamkampanjen, och källorna till dessa.
- d) I tillämpliga fall, en uppgift om val eller folkomröstningar som reklammeddelandet är kopplat till.
- e) I tillämpliga fall, länkar till onlinedatabaser över reklammeddelanden som avses i punkt 6.
- f) Information om hur de mekanismer som föreskrivs i artikel 9.1 ska användas.

**fa) I tillämpliga fall, den information som anges i artikel 12.4.**

[...] Den information som ska ingå i transparensmeddelandet ska tillhandahållas med användning av de särskilda datafält som anges i bilaga I.

**2a. Transparensmeddelandet ska ingå i varje politiskt reklammeddelande eller vara lätt att hitta från den första publiceringen och fram till dess att publiceringen [...] avslutas. Det ska hållas aktuellt. Transparensmeddelanden ska presenteras i en form som är lättillgänglig och, om det är tekniskt möjligt, maskinläsbar, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av ett enkelt språk.**

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

**När sponsorn eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster får kännedom om att den information som har översänts till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt, ska de utan onödigt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren av politisk reklam, och de ska i förekommande fall översända kompletterad eller korrigerad information till utgivaren av politisk reklam.**

[...]

5. Utgivare av politisk reklam ska behålla sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar under en period på fem år efter [...] [...] **den senaste publiceringen**.
6. Utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i artikel 25 i förordning (EU) 2021/xxx [rättsakten om digitala tjänster] ska säkerställa att de databaser som de gör tillgängliga **i realtid** i enlighet med artikel 30 i den förordningen [rättsakten om digitala tjänster] för varje politiskt reklammeddelande i databasen **också** tillgängliggör den **uppdaterade** information som avses i punkt 2.

7. Medlemsstaterna, inbegripet behöriga myndigheter, och kommissionen ska uppmuntra utarbetandet av uppförandekoder som är avsedda att bidra till en korrekt tillämpning av denna artikel, med beaktande av de berörda tjänstetillhandahållarnas särdrag och de särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag i den mening som avses i artikel 3 i direktiv 2013/34/EU.
8. Kommissionen ska ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 19 för att ändra bilaga I genom att lägga till [...] **eller** ändra [...] uppgifter från förteckningen över information som ska tillhandahållas i enlighet med punkt 2, om en sådan ändring, med hänsyn till den tekniska utvecklingen, **relevant vetenskaplig forskning, och utvecklingen när det gäller de berörda myndigheternas tillsyn och tillämpliga riktlinjer utfärdade av berörda organ,** är nödvändig för att förstå sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften.

#### *Artikel 8*

##### **Regelbunden rapportering om politiska reklamtjänster**

1. [...] **U**tgivare av **politisk** reklam ska i årsboksluten inkludera information om beloppen för eller värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot dessa tjänster, inbegripet användningen av inriktnings- och förstärkningstekniker, sammanställda per kampanj, som en del av deras förvaltningsberättelse i den mening som avses i artikel 19 i direktiv 2013/34/EU.
2. Punkt 1 ska inte tillämpas på företag som uppfyller kraven i artikel **3.1–3.3** [...] i direktiv 2013/34/EU.

#### *Artikel 9*

##### **Angivelse av eventuella olagliga politiska reklammeddelanden**

- 1.** [...] När utgivare av reklam tillhandahåller politiska reklamtjänster ska de införa mekanismer som gör det möjligt för **fysiska och juridiska** personer att kostnadsfritt lämna en anmälan till dem om att ett visst reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning.

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

### Överföring av information till behöriga myndigheter

1. Behöriga nationella myndigheter ska ha befogenhet att begära att [...] tillhandahållare av politiska reklamtjänster överför den information som **de är skyldiga att inneha i enlighet med** [...] artiklarna 6, 7 och 8. Den överförda informationen [...] **ska** vara fullständig, korrekt och tillförlitlig och tillhandahållas i tydlig, sammanhängande, konsoliderad och begriplig form. Om det är tekniskt möjligt ska informationen överföras i maskinläsbart format.
  - 1a.** Begärandena ska innehålla följande:
    - a) En motivering som förklarar i vilket syfte informationen begärs och varför begäran är nödvändig och proportionell, såvida inte begäran syftar till att förebygga, **avslöja**, utreda, [...] och lagföra brott och i den mån skälen för begäran skulle äventyra detta syfte.
    - b) Information om rättsmedel som finns tillgängliga för den berörda tjänstetillhandahållaren och sponsorn av den politiska reklamtjänsten.
2. Vid mottagandet av en begäran enligt punkt 1 ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster inom två arbetsdagar bekräfta att begäran är mottagen och informera myndigheten om de åtgärder som vidtagits för att tillmötesgå den. Den berörda tjänstetillhandahållaren ska tillhandahålla den begärda informationen inom tio arbetsdagar.  
**Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som uppfyller kraven i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU ska göra rimliga ansträngningar för att tillhandahålla den begärda informationen inom femton arbetsdagar. Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster tillhandahålla den begärda informationen inom 48 timmar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som uppfyller kraven i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU ska göra rimliga ansträngningar för att utan onödigt dröjsmål tillhandahålla den begärda informationen.**



3. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska utse en kontaktpunkt för samverkan med behöriga nationella myndigheter. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster [...] **som uppfyller kraven i artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU** får utse en extern fysisk person till kontaktpunkt.

## *Artikel 11*

### **Överföring av information till andra berörda enheter**

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

[...]

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

# KAPITEL III – INRIKTNING OCH FÖRSTÄRKNING AV POLITISK REKLAM

## Artikel 12

### Särskilda krav avseende inriktning och förstärkning

1. Inriktnings- eller förstärkningstekniker som inbegriper behandling av sådana personuppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725 i samband med politisk reklam är förbjudna.
2. Det förbud som anges i **punkt 1** [...] ska inte tillämpas på de situationer som avses i artikel 9.2 a och d i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.2 a och d i förordning (EU) 2018/1725.]
3. Vid användning av inriktnings- eller förstärkningstekniker i samband med politisk reklam som inbegriper behandling av personuppgifter ska personuppgiftsansvariga, utöver de krav som fastställs i förordning (EU) 2016/679 och förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt, uppfylla följande krav:
  - a) Anta, [...] genomföra **och ge allmänheten tillgång till** en intern policy som klart och tydligt beskriver i synnerhet användningen av sådana tekniker för att rikta in sig på enskilda personer eller förstärka budskapet, och behålla denna policy under en period av fem år.
  - b) Föra register över användningen av inriktning eller förstärkning, relevanta mekanismer, tekniker och parametrar som används och källorna till de personuppgifter som används.

- c) Tillsammans med en angivelse av att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande tillhandahålla ytterligare information för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den teknik som används samt användningen av tredjepartsuppgifter och ytterligare analysmetoder. Den information som ska ingå ska tillhandahållas med användning av de särskilda datafält som anges i bilaga II. [...]4. Det ska särskilt innehålla uppgifter om
- i) de särskilda grupper av mottagare som reklamen riktar sig till, inbegripet de parametrar som används för att fastställa till vilka mottagare reklamen sprids,
  - ii) de kategorier och källor till personuppgifter som används för inriktning och förstärkning,
  - iii) spridningsperioden,
  - iv) en länk till eller en tydlig angivelse av var den policy som avses i punkt 3 a enkelt kan hittas.
- 4a. Om de personuppgiftsansvariga inte är desamma som reklamutgivaren ska de personuppgiftsansvariga översända den interna policyn och säkerställa att den information som avses i [...] punkt 4 lämnas [...] till utgivaren av politisk reklam för att göra det möjligt för utgivaren av politisk reklam att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Informationen ska översändas i god tid och på ett korrekt sätt i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, genom ett standardiserat och automatiserat förfarande där det är tekniskt möjligt.
- 4b. Tillhandahållare av reklamtjänster ska vid behov till de personuppgiftsansvariga översända den information som är nödvändig för att uppfylla kraven i punkterna 3 och 4.

5. Utgivare av politisk reklam som använder inriktnings- eller förstärkningstekniker som **inbegriper behandling av personuppgifter** [...] ska i eller tillsammans med reklammeddelandet [...] **eller** i det transparensmeddelande som krävs enligt artikel 7 inkludera en hänvisning till effektiva sätt att stödja enskilda personer i att utöva sina rättigheter enligt förordning (EU) 2016/679 **eller förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt.**

6. Information som tillhandahålls i enlighet med [...] **punkterna 3–5** ska presenteras i en form som är lättillgänglig och, om det är tekniskt möjligt, maskinläsbar, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av ett enkelt språk.

[...]

8. Kommissionen ska ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 19 för att ändra bilaga II genom att **lägga till eller** ändra [...] uppgifter från förteckningen över information som ska tillhandahållas i enlighet med punkt [...]3 [...]c i den här artikeln, med hänsyn till den tekniska utvecklingen, [...] relevant vetenskaplig forskning, och utvecklingen när det gäller de berörda myndigheternas tillsyn och tillämpliga riktlinjer utfärdade av berörda organ.

### Artikel 13

#### Överföring av information om inriktning eller förstärkning till andra berörda enheter

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

## KAPITEL IV – TILLSYN OCH EFTERLEVNAD

### Artikel 14

#### Rättslig företrädare

1. Tjänstetillhandahållare som tillhandahåller politiska reklamtjänster i unionen men som inte är etablerade i unionen ska skriftligen utse en fysisk eller juridisk person till sin rättsliga företrädare i en av de medlemsstater där tillhandahållaren erbjuder sina tjänster.
2. Den rättsliga företrädaren ska ansvara för att den företrädda tjänstetillhandahållarens skyldigheter fullgörs enligt denna förordning och vara adressat för all den kommunikation med den berörda tjänstetillhandahållaren som föreskrivs i den här förordningen. Alla meddelanden till den rättsliga företrädaren ska betraktas som meddelanden till den företrädda tjänstetillhandahållaren.

### **Behöriga myndigheter och kontaktpunkter**

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

4. De behöriga myndigheter som avses i punkt 3 ska, när de utövar sina tillsynsuppgifter i samband med denna förordning, ha befogenhet att begära tillgång till uppgifter, handlingar eller annan nödvändig information från tillhandahållare av politiska reklamtjänster för att de ska kunna utföra sina tillsynsuppgifter.
5. De behöriga myndigheter som avses i punkt 3 ska, när de utövar sina efterlevnadsbefogenheter i samband med denna förordning, ha befogenhet att
- a) utfärda varningar till tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller bristande efterlevnad av skyldigheterna enligt denna förordning,
  - b) publicera ett uttalande som identifierar den eller de juridiska och fysiska personer som är ansvariga för överträdelsen av en skyldighet som fastställs i denna förordning och överträdelsens art,
  - c) påföra administrativa sanktionsavgifter och ekonomiska sanktioner.
6. Medlemsstaterna ska säkerställa att behöriga myndigheter samarbetar, i synnerhet inom ramen för nationella valnätverk, för att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter enligt denna förordning, bland annat genom att gemensamt identifiera överträdelser, dela med sig av resultat och sakkunskap och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.
7. Varje medlemsstat ska utse en behörig myndighet som kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av denna förordning.



8. Om en tillhandahållare av politiska reklamtjänster tillhandahåller tjänster i mer än en medlemsstat eller har sitt huvudsakliga etableringsställe eller en företrädare i en medlemsstat men bedriver sin huvudsakliga verksamhet i en annan medlemsstat, ska den behöriga myndigheten i den medlemsstat där det huvudsakliga etableringsstället eller ett annat etableringsställe eller företrädaren finns och de behöriga myndigheterna i dessa andra medlemsstater vid behov samarbeta med och bistå varandra. Om det inte redan regleras av unionsrätten ska detta samarbete åtminstone omfatta följande:
- a) De behöriga myndigheter som tillämpar tillsyns- eller efterlevnadsåtgärder i en medlemsstat ska via den kontaktpunkt som avses i punkt 7 informera och samråda med de behöriga myndigheterna i övriga berörda medlemsstater om de tillsyns- och efterlevnadsåtgärder som vidtagits och uppföljningen av dem.
  - b) En behörig myndighet får, via den kontaktpunkt som avses i punkt 7, på ett underbyggt, motiverat och proportionellt sätt begära att en annan behörig myndighet, om den är bättre lämpad, vidtar de tillsyns- eller efterlevnadsåtgärder som avses i punkterna 4 och 5.
  - c) En behörig myndighet ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran från en annan behörig myndighet, bistå den andra behöriga myndigheten så att de tillsyns- eller efterlevnadsåtgärder som avses i punkterna 4 och 5 kan genomföras på ett ändamålsenligt, effektivt och konsekvent sätt. Den tillfrågade berörda behöriga myndigheten ska via de kontaktpunkter som avses i punkt 7 och inom en tidsram som står i proportion till hur brådskande begäran är tillhandahålla ett svar med den begärda informationen eller informera om att den inte anser att villkoren för att begära bistånd enligt denna förordning är uppfyllda. All information som utbyts inom ramen för hjälp som begärs och tillhandahålls enligt denna artikel får användas endast med avseende på det ärende för vilket den har begärts.
9. Kontaktpunkterna ska sammanträda regelbundet på unionsnivå inom ramen för det europeiska nätverket för valsamarbete för att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter enligt denna förordning.

### Sanktioner

1. När det gäller artiklarna 5–11, 13 och 14 ska medlemsstaterna fastställa bestämmelser om sanktioner, inbegripet administrativa sanktionsavgifter och ekonomiska sanktioner, som ska tillämpas på tillhandahållare av politiska reklamtjänster inom deras jurisdiktion för överträdelser av denna förordning, vilka i varje enskilt fall ska vara effektiva, proportionella och avskräckande.
2. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla dessa bestämmelser senast tolv månader efter denna förordnings ikraftträdande samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.
3. Vid beslut om typ av sanktioner och deras nivå ska vederbörlig hänsyn tas, i varje enskilt fall, bland annat till följande:
  - a) Överträdelsens karaktär, allvar och varaktighet.
  - b) Om överträdelsen skett med uppsåt eller genom oaktsamhet.
  - c) Åtgärder som vidtagits för att mildra eventuella skador.
  - d) Relevanta tidigare överträdelser och andra försvårande eller förmildrande omständigheter som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.
  - e) Graden av samarbete med den behöriga myndigheten.
4. Överträdelser av artikel 7 ska anses vara särskilt allvarliga om de avser politisk reklam som publiceras eller sprids under en valperiod och riktas till medborgare i den medlemsstat där det aktuella valet anordnas.

5. Om en tjänstetillhandahållare uppsåtligt eller av oaktsamhet överträder bestämmelserna i denna förordning för samma eller anknytande politisk reklam, ska det totala beloppet av de administrativa sanktionsavgifterna vara tillräckligt justerbart för att ta hänsyn till alla relevanta omständigheter. Det faktum att förordningen har överträtts i flera avseenden ska återspeglas i det totala sanktionsbeloppet, i enlighet med proportionalitetsprincipen.
6. För överträdelser av de skyldigheter som fastställs i artikel 12 får de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 inom ramen för sin behörighet påföra administrativa sanktionsavgifter i enlighet med artikel 83 i förordning (EU) 2016/679 upp till det belopp som avses i artikel 83.5 i den förordningen.
7. För överträdelser av de skyldigheter som fastställs i artikel 12 får den tillsynsmyndighet som avses i artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725 inom ramen för sin behörighet påföra administrativa sanktionsavgifter i enlighet med artikel 66 i förordning (EU) 2018/1725 upp till det belopp som avses i artikel 66.3 i den förordningen.

#### *Artikel 17*

### **Offentliggörande av valperioder**

Medlemsstaterna ska offentliggöra datumen för sina nationella valperioder på en lättillgänglig plats, med lämplig hänvisning till denna förordning.

## KAPITEL V – SLUTBESTÄMMELSER

### *Artikel 18*

#### **Utvärdering och översyn**

Senast två år efter varje val till Europaparlamentet och första gången senast den 31 december 2026 ska kommissionen lägga fram en rapport om utvärderingen och översynen av denna förordning. Denna rapport ska innehålla en bedömning av behovet av att ändra denna förordning. Rapporten ska offentliggöras.

### *Artikel 19*

#### **Utövande av delegeringen**

1. Befogenheten att anta delegerade akter ges till kommissionen med förbehåll för de villkor som anges i denna artikel.
2. Den befogenhet att anta delegerade akter som avses i artiklarna 7.8 och 12.8 ska ges till kommissionen för en period på [till dess att tillämpningen av denna förordning utvärderas, två år efter nästa val till Europaparlamentet].
3. Den delegering av befogenhet som avses i artiklarna 7.8 och 12.8 får när som helst återkallas av Europaparlamentet eller rådet. Ett beslut om återkallelse innebär att delegeringen av den befogenhet som anges i beslutet upphör att gälla. Beslutet får verkan dagen efter det att det offentliggörs i Europeiska unionens officiella tidning, eller vid ett senare i beslutet angivet datum. Det påverkar inte giltigheten av delegerade akter som redan har trätt i kraft.

4. Så snart kommissionen antar en delegerad akt ska den samtidigt delge Europaparlamentet och rådet denna.
5. En delegerad akt som antas i enlighet med artikel 7.8 eller artikel 12.8 ska träda i kraft endast om varken Europaparlamentet eller rådet har gjort invändningar mot den delegerade akten inom två månader från den dag då akten delgavs Europaparlamentet och rådet, eller om både Europaparlamentet och rådet före utgången av den perioden har underrättat kommissionen om att de inte kommer att invända. Denna period ska förlängas med två månader på Europaparlamentets eller rådets initiativ.

#### *Artikel 20*

### **Ikraftträdande och tillämpning**

1. Denna förordning träder i kraft den tjugonde dagen efter det att den har offentliggjorts i Europeiska unionens officiella tidning.
2. Det ska tillämpas från och med den 1 april 2023.
3. Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Bryssel den

*På Europaparlamentets vägnar*  
*Ordförande*

*På rådets vägnar*  
*Ordförande*