Europeiska unionens
officiella tidning

SV
L-serien

2024/900

20.3.2024

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING (EU) 2024/900

av den 13 mars 2024

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 ([1]),

med beaktande av Regionkommitténs yttrande ([2]),

i enlighet med det ordinarie lagstiftningsförfarandet ([3]), och

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 mäkleritjänster. 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, opinionsbildare eller liknande. Därmed sammanhängande verksamhet kan exempelvis vara spridning av politisk reklam på begäran av en sponsor eller publicering av innehåll mot betalning eller andra former av ersättning, inbegripet naturaförmåner.

(2) Politisk reklam kan spridas eller publiceras på ett antal olika sätt och i olika medier samt över gränserna, både online och offline. Den ökar i snabb takt och kan spridas eller publiceras via traditionella offlinemedier såsom tidningar, tv och radio, men även i allt högre grad via onlineplattformar, webbplatser, mobila applikationer, dataspel och andra digitala gränssnitt. De senare tenderar inte bara att särskilt sannolikt erbjudas över gränserna utan ger också upphov till nya och svåra utmaningar när det gäller lagstiftning och kontroll av efterlevnad. Användningen av politisk onlinereklam ökar kraftigt, och vissa linjära offlineformer av politisk reklam, såsom radio och tv, erbjuds också online som beställtjänster. I politiska reklamkampanjer brukar en rad olika medier och uttrycksformer användas.

(3) Eftersom reklam, inbegripet politisk reklam, normalt sett utförs mot ersättning, vilket kan inbegripa naturaförmåner, utgör reklam en tjänst enligt artikel 57 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget). I förklaring nr 22, som avser personer med funktionsnedsättning och som bifogats 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 unionen 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 informationsmanipulation och inblandning i våra demokratiska val- och

([1]) EUT C 275, 18.7.2022, s. 66.
([2]) EUT C 301, 5.8.2022, s. 102.
([3]) Europaparlamentets ståndpunkt av den 27 februari 2024 (ännu ej offentliggjort) och rådets beslut av den 11 mars 2024.

regleringsprocesser är stora utmaningar för unionen och medlemsstaterna. Politisk reklam kan vara en källa till desinformation, särskilt om reklamens politiska karaktär inte framgår, om den kommer från sponsorer utanför unionen eller om den är föremål för inriktningsteknik eller annonsleveransteknik. En hög grad av transparens är nödvändig bland annat för att främja en öppen och rättvis politisk debatt, politiska kampanjer och fria och rättvisa val eller folkomröstningar och för att motverka informationsmanipulering och inblandning, även olaglig inblandning, inbegripet från tredjeländer. Om politisk reklam är transparent kan väljarna och enskilda personer i allmänhet lättare förstå när de har att göra med politiska reklammeddelanden, för vems räkning reklammeddelandet görs samt hur och varför en tillhandahållare av reklamtjänster utser dem till målgrupp, så att väljare har bättre förutsättningar att göra välgrundade val. Mediekunnighet bör stödjas för att hjälpa enskilda personer att på bästa sätt utnyttja insynen i politisk reklam.

(5) Denna förordning syftar till att säkerställa att tillhandahållandet av politisk reklam sker med full respekt för de grundläggande rättigheterna.

(6) I samband med politisk reklam används ofta inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som grundar sig på behandling av personuppgifter, inklusive observerade och härledda personuppgifter, såsom uppgifter som avslöjar politiska åsikter och andra särskilda kategorier av uppgifter. Inriktningsteknik bör förstås som teknik som används antingen för att rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer eller för att utesluta dem, vanligen med skräddarsytt innehåll, på grundval av behandlingen av personuppgifter. Annonsleveransteknik bör förstås som ett brett spektrum av optimeringstekniker som bygger på automatiserad behandling av personuppgifter för att öka spridningen, räckvidden eller synligheten för ett politiskt reklammeddelande. Sådan teknik kan användas av utgivare av politisk reklam och särskilt av mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 ([4]) för att visa politiska reklammeddelanden för en målgrupp baserat på personuppgifter och på reklammeddelandets innehåll. Visande av reklammeddelanden med hjälp av sådan teknik inbegriper användning av algoritmer som för närvarande inte är transparenta för enskilda personer och vars effekt kan skilja sig från vad sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning, avsåg. Med tanke på risken för missbruk av personuppgifter genom inriktning, bland annat genom microtargeting och annan avancerad teknik, kan sådan teknik utgöra hot mot legitima allmänintressen såsom rättvisa, lika möjligheter och transparens i valprocesser och mot de grundläggande rättigheterna till yttrandefrihet, integritet och skydd av personuppgifter och till jämlikhet och icke-diskriminering samt mot rätten att erhålla information på ett objektivt, transparent och pluralistiskt sätt.

(7) 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, som påverkar möjligheterna att bedriva gränsöverskridande och alleuropeiska politiska kampanjer. Vissa medlemsstater förbjuder tjänstetillhandahållare från unionen som är etablerade i andra medlemsstater att tillhandahålla tjänster av politisk natur eller med ett politiskt syfte under valperioder. Samtidigt finns det sannolikt luckor och kryphål i vissa medlemsstaters nationella rätt, 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.

(8) För att öka transparensen när det gäller politisk reklam, bland annat för att bemöta medborgarnas oro, har vissa medlemsstater redan undersökt eller överväger för närvarande ytterligare åtgärder för att hantera frågan om transparens när det gäller politisk reklam och för att stödja en rättvis politisk debatt samt fria och rättvisa val eller folkomröstningar. Dessa nationella åtgärder övervägs särskilt för politisk reklam som publiceras och sprids online, och de kan omfatta ytterligare begränsningar. Dessa åtgärder kan variera från mjuka till bindande och omfatta olika aspekter av transparens.

([4]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster) (EUT L 277, 27.10.2022, s. 1).

(9) Denna situation leder till fragmentering av den inre marknaden, minskar rättssäkerheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som utarbetar, placerar, främjar, publicerar, tillhandahåller 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, och kräver komplexa efterlevnadsinsatser och innebär merkostnader för berörda tjänstetillhandahållare.

(10) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster kommer i det sammanhanget sannolikt att avskräckas från att tillhandahålla sina politiska reklamtjänster i gränsöverskridande situationer. Detta gäller särskilt mikroföretag, små företag 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, tillhandahålla eller sprida politisk reklam i mer än en medlemsstat. Detta begränsar tillgången till tjänster och inverkar negativt på tjänstetillhandahållarnas möjligheter att vara innovativa och erbjuda multimediala och multinationella kampanjer på den inre marknaden.

(11) 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 harmoniserade regler för tillhandahållande av politiska reklamtjänster, inbegripet om transparensskyldigheter och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet, för sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster som garanterar ett enhetligt skydd av personers rättigheter och övervakning på hela den inre marknaden, på grundval av artikel 114 i EUF-fördraget.

(12) Medlemsstaterna bör inte i sin nationella rätt behålla eller införa bestämmelser om transparens i fråga om politisk reklam som avviker från bestämmelserna i denna förordning, särskilt inte strängare eller mindre stränga bestämmelser för att säkerställa en annan transparensnivå när det gäller politisk reklam. En fullständig harmonisering av transparensskyldigheterna och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet i samband med politisk reklam ökar rättssäkerheten och minskar fragmenteringen av tjänstetillhandahållarnas skyldigheter i samband med politisk reklam.

(13) En fullständig harmonisering av transparensskyldigheterna och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet bör inte påverka friheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att frivilligt tillhandahålla ytterligare information om politisk reklam, som en del av yttrande- och informationsfriheten som skyddas enligt artikel 11 i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna (*stadgan*).

(14) Denna förordning är begränsad till en harmonisering av reglerna om transparensskyldigheter och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet för tillhandahållande av politiska reklamtjänster och för användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik, samt regler för tillsyn och efterlevnadskontroll. Den bör varken påverka innehållet i politiska reklammeddelanden eller unionens eller medlemsstaternas bestämmelser som reglerar andra aspekter av politisk reklam än de som omfattas av denna förordning. Därmed ändrar inte denna förordning bestämmelserna som reglerar bedrivande och finansiering av politiska kampanjer, inbegripet allmänna förbud mot eller begränsningar av politisk reklam under angivna perioder, så kallade tysta perioder, donationer från enskilda personer till kampanjer eller förbud rörande användningen av kommersiell reklam för valkampanjer. Dessutom bör denna förordning i synnerhet inte påverka den grundläggande rätten till åsikts- och yttrandefrihet.

(15) De särskilda behoven hos mikroföretag, små företag 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 som företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU ([5]).

([5]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU av den 26 juni 2013 om årsbokslut, koncernredovisning och rapporter i vissa typer av företag, om ändring av Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/43/EG och om upphävande av rådets direktiv 78/660/EEG och 83/349/EEG (EUT L 182, 29.6.2013, s. 19).

(16) Denna förordning bör innehålla harmoniserade transparensskyldigheter och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet som är tillämpliga på ekonomiska aktörer som tillhandahåller politiska reklamtjänster och därmed sammanhängande tjänster, dvs. verksamhet som normalt utförs mot ersättning, vilket kan inbegripa naturaförmåner. Dessa tjänster består bland annat i utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande, och spridning av politiska reklammeddelanden. 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 inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av politisk reklam som grundar sig på behandling av personuppgifter. De bestämmelser i denna förordning som rör inriktningteknik och annonsleveransteknik 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, tillhandahållits 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.

(17) Vid tillämpning av denna förordning bör man, beroende på omständigheterna, i enlighet med unionsrätten ta hänsyn till de särskilda kännetecknen för mediet för publicering eller spridning av det politiska reklammeddelandet, i synnerhet för att anpassa bestämmelserna till tv, radio och tidningar.

(18) Det bör erinras om att gränsöverskridande tillhandahållande av reklamtjänster på den inre marknaden omfattas av principen om icke-diskriminering. Denna princip innebär bland annat att tjänstemottagarens tillgång till en tjänst som erbjuds allmänheten inte ska begränsas enbart på grund av mottagarens nationalitet, bosättningsort eller etableringsort. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör därför inte tillåtas att diskriminera sponsorer som är bosatta eller lagligen etablerade i unionen på grund av deras bosättnings- eller etableringsort, utom när skillnaden i behandling är motiverad och proportionell i enlighet med unionsrätten. Icke-diskriminerande tillgång till gränsöverskridande politiska reklamtjänster är avgörande för att mottagarna av dessa tjänster ska kunna dra nytta av alla fördelar med den inre marknaden inom den sektorn. Icke-diskriminerande tillgång till gränsöverskridande politiska reklamtjänster är särskilt viktig för europeiska politiska partier, med tanke på deras roll när det gäller att bidra till att skapa ett europeiskt politiskt medvetande och uttrycka unionsmedborgarnas vilja i enlighet med artikel 10.4 i EU-fördraget och artikel 12.2 i stadgan och deras europeiska rättsliga status enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 ([6]).

Omotiverade begränsningar från tillhandahållare av politiska reklamtjänster av de europeiska politiska partiernas frihet att motta gränsöverskridande politiska reklamtjänster bör inte tillåtas, eftersom de hindrar bedrivandet av ändamålsenliga politiska kampanjer i hela unionen och därmed hindrar dem från att fullgöra den roll som de tilldelas genom fördragen. Följaktligen bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster inte förneka eller hindra sina tjänster, eller göra dem mindre attraktiva för ett europeiskt politiskt parti enbart på grund av dess etableringsort, inbegripet registrering, utan att utesluta möjligheten till särbehandling på grundval av motiverade objektiva skäl. Liknande överväganden gäller för de politiska grupper i Europaparlamentet som har bildats i enlighet med Europaparlamentets arbetsordning och som utför sina uppgifter som en del av unionens verksamhet. Den klausul om icke-diskriminering som fastställs i den här förordningen fastställer inte, och påverkar inte heller på något sätt, den rättsliga ställningen för europeiska politiska partier eller de politiska grupperna i Europaparlamentet, eftersom den endast behandlar deras ställning som sponsorer.

(19) Det är känt att inblandning i val av vissa enheter i tredjeländer eller tredjelandsmedborgare, som kan sponsra politisk reklam i unionen, utgör ett allvarligt hot mot demokratin, som är ett gemensamt värde för unionen och vars säkerställande är av grundläggande betydelse för unionen och dess medlemsstater. Följaktligen har vissa medlemsstater redan infört, eller överväger att införa, olika restriktioner för enheter i tredjeländer eller tredjelandsmedborgare när det gäller att tillhandahålla finansiering i samband med val. Denna heterogena regleringssituation, som sannolikt kommer att förvärras på grund av det rådande spända internationella klimatet, skapar hinder för

([6]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 av den 22 oktober 2014 om stadgar för och finansiering av europeiska politiska partier och europeiska politiska stiftelser (EUT L 317, 4.11.2014, s. 1).

tillhandahållare av politiska reklamtjänster att vara verksamma på marknaderna i olika medlemsstater. Denna heterogena regleringssituation bör därför tillnärmas en gemensam minimistandard. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör vara skyldiga att, under de tre månader som föregår ett val eller en folkomröstning som anordnas på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå i en medlemsstat, endast tillhandahålla politiska reklamtjänster till unionsmedborgare, tredjelandsmedborgare som är permanent bosatta i unionen och har rösträtt i det valet eller den folkomröstningen eller juridiska personer som är etablerade i unionen och som inte kontrolleras av enheter i tredjeländer. Risken för inblandning i val eller folkomröstningar i olika medlemsstater och medlemsstaternas bedömningar av denna risk varierar, och det kan därför vara lämpligt att i olika medlemsstater införa strängare nationella regler som framför allt föreskriver längre tidsperioder för begränsning av sponsring från enheter i tredjeländer eller tredjelandsmedborgare. Miniminormen på tre månader bör därför inte hindra medlemsstaterna från att föreskriva strängare nationella regler i enlighet med unionsrätten. Om ett val eller en folkomröstning tillkännages mindre än tre månader före dagen för valet eller folkomröstningen bör detta inte anses ge upphov till skyldigheter under perioden innan valet eller folkomröstningen tillkännagavs.

(20) För att motverka informationsmanipulering och inblandning i politisk reklam uppmuntras *onlineplattformar* enligt definitionen i förordning (EU) 2022/2065, bland annat genom uppförandekoden om desinformation, att fastställa och genomföra skräddarsydda strategier och andra relevanta åtgärder, bland annat genom att delta i bredare initiativ för att minska de ekonomiska incitamenten för desinformation för att förhindra placering av politisk reklam som innehåller desinformation.

(21) Det finns ingen definition av politisk reklam respektive politiskt reklammeddelande på unionsnivå. Det behövs en definition på unionsnivå för att tillämpningsområdet för de harmoniserade transparensskyldigheterna och de relaterade skyldigheterna avseende tillbörlig aktsamhet samt reglerna om användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik ska kunna fastställas. Definitionen bör omfatta de 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.

(22) Definitionen av politisk reklam bör omfatta reklam som utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids direkt eller indirekt av, eller som utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids direkt eller indirekt för en politisk aktör eller för dennes räkning oberoende av metod. Politisk reklam kontrolleras vanligtvis direkt eller indirekt av en sponsor, som kan vara en politisk aktör och som framför allt kan fastställa den politiska karaktären hos, innehållet i eller publiceringen av den politiska reklam som utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids. Ibland kan en annan enhet ytterst utöva kontroll över en sponsor. Fastställandet av huruvida en enhet ytterst kontrollerar en sponsor bör baseras på rättigheter, avtal eller andra medel, som, antingen var för sig eller i kombination, och med beaktande av faktiska eller rättsliga omständigheter, ger möjlighet att utöva ett avgörande inflytande över en enhet, särskilt genom ägande, rätten att använda alla eller delar av en enhets tillgångar, eller rättigheter eller avtal som ger ett avgörande inflytande på sammansättningen av, omröstningarna eller besluten i enhetens organ. Vid bedömningen av huruvida ett budskap är av rent privat eller rent kommersiell karaktär bör hänsyn tas till alla relevanta omständigheter, såsom budskapets innehåll, dess sponsor, det språk som används för att förmedla det, det sammanhang i vilket det förmedlas, inbegripet spridningsperioden, dess syfte, det sätt på vilket det utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids samt målgruppen. Budskap om en politisk aktörs familjestatus eller affärsverksamhet är sannolikt rent privata eller rent kommersiella.

(23) Andra aktörers främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av ett budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå, bör också utgöra politisk reklam. En lagstiftnings- eller regleringsprocess bör omfatta beslutsfattande som har bindande verkan med allmän giltighet på unionsnivå och på nationell, regional och lokal nivå. Det ska finnas en tydlig och väsentlig koppling mellan budskapet och dess potential att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. För att avgöra om en sådan koppling finns bör hänsyn tas till alla faktorer som var relevanta vid den tidpunkt då budskapet främjades, publicerades, tillhandahölls eller spreds, såsom identiteten på budskapets

sponsor, budskapets form och innehåll, det talade eller skriftliga språk som används för att förmedla budskapet, det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperiod, såsom en valperiod, budskapets syfte och det sätt på vilket det främjades, publicerades, tillhandahölls eller spreds samt målgruppen. Språk bör förstås som alla språk som används i unionen, inbegripet regionala dialekter och teckenspråk, och inkludera alla kommunikations- eller kodifieringsmedel, såsom blindskrift och andra medel. Utformningen bör framgå tydligt av dessa faktorer, och en koppling bör inte uteslutande härledas retroaktivt från ett budskaps inverkan.

(24) Politisk reklam omfattar en situation där utarbetande, placering, främjande, publicering, leverans eller spridning av ett budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess utförs av en enhet som agerar för egen räkning (intern verksamhet). Intern verksamhet, som endast bör anses vara relevant för kapitel III i denna förordning, bör förstås som verksamhet som bedrivs inom en enhet som omfattar eller väsentligt bidrar till utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning, oberoende av metod, av ett budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess.

(25) Kommersiell reklam och kommersiella marknadsföringsmetoder kan legitimt påverka konsumenternas uppfattning om produkter och tjänster eller deras köpbeteende, däribland genom märkesdifferentiering som bygger på företagens åtgärder på området för företagens sociala ansvar, som ger sociala effekter, eller andra typer av målstyrt engagemang. Denna förordning bör tillämpas på kommersiell reklam som kan komma att påverka, och är utformad för att påverka, resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess.

(26) Kommissionen bör utarbeta gemensamma riktlinjer för ett ändamålsenligt genomförande av denna förordning, och särskilt för att stödja sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar på sponsorernas vägnar, vid kungörande och identifiering av politiska reklammeddelanden, och för att stödja tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller att underlätta och på lämpligt sätt administrera sådana förklaringar.

(27) I strävan efter ändamålsenlig kommunikation med allmänheten bör offentlig kommunikation av, för eller på uppdrag av en medlemsstats offentliga myndighet eller unionen, inbegripet regeringsmedlemmar, såsom pressmeddelanden eller konferenser där lagstiftnings- eller regleringsinitiativ tillkännages och det politiska val som ligger till grund för sådana initiativ förklaras, inte betraktas som politisk reklam, förutsatt att den inte kan komma att påverka och inte är utformad för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. På samma sätt bör praktisk information från officiella källor i medlemsstaterna eller unionen som uteslutande gäller organisation och former för deltagande i val eller folkomröstningar, inbegripet tillkännagivandet av kandidaturer eller ämnet för folkomröstning, inte heller utgöra politisk reklam.

(28) Denna förordning bör inte tillämpas i fall där ett särskilt offentligt utrymme för presentation av kandidater uttryckligen föreskrivs i lagen och tilldelas kostnadsfritt, till exempel tilldelning av utrymme för en sådan presentation i kommuner och på andra offentliga platser eller en särskild sändningstid på tv, om detta görs på ett rättvist och icke-diskriminerande sätt och på grundval av transparenta och objektiva kriterier.

(29) Medierna bidrar till välfungerande demokratiska processer och spelar en avgörande roll för yttrande- och informationsfriheten, särskilt under perioden precis före ett val. De ger utrymme för offentlig debatt och bidrar till opinionsbildningen. Denna förordning bör därför inte påverka mediernas redaktionella frihet. Politiska åsikter som uttrycks i ett medium under redaktionellt ansvar bör inte omfattas, om inte särskild betalning eller annan ersättning tillhandahålls av tredje part för eller i samband med deras utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning. När sådana politiska åsikter senare främjas, publiceras eller sprids av tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör de dock betraktas som politisk reklam.

(30) Politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson utgör ett särskilt uttryck för rätten till yttrande- och informationsfrihet. I det fallet rör det sig inte om politisk reklam, och det är nödvändigt att göra en tydlig åtskillnad. För att göra detta bör politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson inte omfattas av denna förordning. Identifieringen av politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson bör i allmänhet grunda sig på individuellt självbestämmande, men kontextuella faktorer kan beaktas. Relevanta faktorer kan exempelvis vara huruvida åsikten uttrycks för en annan enhets räkning, huruvida budskapet avser att lyfta fram den egna kandidaturen eller kampanjen i ett val, en folkomröstning eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess, huruvida åsikten uttrycks av en person som i allmänhet är aktiv i kampanjer eller arbetar för förändringar i politiska eller sociala frågor samt huruvida budskapet sprids till ett obestämt antal personer. En politisk åsikt bör inte anses ha uttryckts av en individ i dennes egenskap av privatperson om särskild ersättning från tredje part, inbegripet naturaförmåner, tillhandahålls för eller i samband med att en sådan åsikt uttrycks.

(31) Vid tillämpningen av denna förordning bör val förstås som val till Europaparlamentet, alla val eller folkomröstningar som anordnas på nationell, regional och lokal nivå i medlemsstaterna samt val för att fastställa ledarskap för politiska partier. Begreppet bör inte omfatta andra former av val som till exempel yrkesmässiga eller privat organiserade omröstningar.

(32) Det är nödvändigt att definiera politiska reklammeddelanden som en konkret förekomst av politisk reklam. Reklammeddelanden omfattar också det sätt på vilket reklambudskapet förmedlas, inbegripet i tryckt form, via radio och tv, webbsidor, sökmotorer och strömning, eller via en onlineplattformstjänst.

(33) Definitionen av politiska aktörer 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.

(34) Begreppet politiska aktörer bör även omfatta kandidater till eller innehavare av ett offentligt ämbete och medlemmar av en medlemsstats regering på nationell, regional eller lokal nivå eller av unionsinstitutioner, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten.

(35) En politisk reklamkampanj bör avse utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande 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.

(36) Definitionen av politisk reklam bör inte påverka nationella definitioner av politiskt parti, politiska mål eller politiska kampanjer eller ändra eller inkräkta på politiska kampanjreglerna på nationell nivå.

(37) Definitionen av politisk aktör bör inte påverka nationella regler om vem som kan bedriva en politisk kampanj och bör inte förplikta medlemsstaterna att anta sådana regler.

(38) 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, tillhandahållande eller spridning av politiska reklammeddelanden. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster kan till exempel agera på sponsorernas vägnar genom att initiera politiska reklamtjänster för deras räkning.

(39) Definitionen av tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör inte omfatta tillhandahållare som tillhandahåller rena sidotjänster i samband med politiska reklamtjänster. Sidotjänster är tjänster som tillhandahålls utöver den politiska reklamen och som kompletterar denna, men som inte har någon direkt inverkan på innehållet eller presentationen eller direkt kontroll över utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av den. Sådana tjänster skulle kunna omfatta transport, finansiering och investeringar, inköp, försäljning, catering, marknadsföring, datatjänster, rengöring, underhåll, posttjänster, tryckeritjänster samt grafisk, ljudmässig eller fotografisk utformning.

(40) En sponsor bör definieras som den person eller enhet för vars räkning politiska reklammeddelanden utarbetas, placeras, främjas, offentliggörs, tillhandahålls eller sprids, till exempel en enskild kandidat i ett val eller ett politiskt parti, och som vanligtvis är den person eller enhet som tillhandahåller ersättning i utbyte mot politiska reklamtjänster.

(41) Utgivare av politisk reklam bör definieras som tillhandahållare av politiska reklamtjänster, vanligtvis i slutet av kedjan av tillhandahållare av tjänster, som främjar, publicerar, tillhandahåller eller sprider politisk reklam genom radio och tv, gör den tillgänglig via ett gränssnitt eller på annat sätt gör den tillgänglig för allmänheten.

(42) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster har ansvar som stöder uppnåendet av målen i denna förordning. Vissa tillhandahållare av politiska reklamtjänster sänder, tillgängliggör politisk reklam via ett gränssnitt eller gör den på annat sätt tillgänglig för allmänheten, och de har genom denna roll möjlighet att säkerställa att detta sker i enlighet med denna förordning och att det ger en hög grad av transparens. Dessa tillhandahållare av tjänster bör därför ha ett särskilt ansvar som utgivare av politisk reklam, och det är nödvändigt att de identifieras som sådana.

(43) En sponsor bör sanningsenligt ange huruvida den berörda reklamen utgörpolitisk reklam enligt definitionen i denna förordning och, under de sista tre månaderna före ett val eller en folkomröstning som anordnas på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå i en medlemsstat, huruvida sponsorn kan agera som sponsor i enlighet med denna förordning. Sponsorn bör ansvara för att en sådan förklaring är korrekt. När en reklam identifierats som politisk bör dess fortsatta spridning fortfarande uppfylla kraven om transparens och relaterade krav på tillbörlig aktsamhet.

(44) Med tanke på vikten av att särskilt garantera att reglerna om transparens och relaterade krav på tillbörlig aktsamhet är ändamålsenliga, bör avtalsarrangemang som ingås för tillhandahållande av politiska reklamtjänster säkerställa att de uppgifter som är nödvändiga för att göra det möjligt för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att följa denna förordning överförs med gott uppsåt, på ett fullständigt och korrekt sätt och utan oskäligt dröjsmål. Om förklaringarna eller uppgifterna är ofullständiga, föråldrade eller felaktiga bör det i denna förordning föreskrivas att sådana förklaringar eller uppgifter ska kompletteras, uppdateras eller korrigeras. Detta bör inte innebära en allmän skyldighet för tillhandahållaren av politiska reklamtjänster att övervaka sanningshalten i förklaringar om reklammeddelandenas politiska karaktär eller att utföra överdrivna eller kostsamma undersökningar. För att på ett effektivt sätt genomföra kravet att komplettera, uppdatera eller korrigera sådana förklaringar eller uppgifter bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster anpassa sina onlinegränssnitt för att underlätta fullgörandet av sådana skyldigheter.

(45) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör betrakta förklaringar eller uppgifter som uppenbart felaktiga om detta framgår av reklammeddelandets innehåll, sponsorns identitet eller det sammanhang i vilket den relevanta tjänsten tillhandahålls, utan ytterligare kontroller eller undersökningar.

(46) Utgivare av politisk reklam som också är mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 bör omsorgsfullt identifiera, analysera och bedöma de systemrisker som deras politiska reklamtjänster utgör i samband med deras riskbedömningar enligt artikel 34 i den förordningen och införa rimliga, proportionella och ändamålsenliga riskreducerande åtgärder i enlighet med artikel 35 i den förordningen för att hantera dessa risker.

(47) De regler avseende transparens och de relaterade kraven på tillbörlig aktsamhet som fastställs i denna förordning bör endast tillämpas på politiska reklamtjänster, dvs. politisk reklam som normalt tillhandahålls mot ersättning, vilket kan inbegripa naturaförmåner. Dessa regler bör inte tillämpas på innehåll som laddas upp av en användare av en onlinebaserad förmedlingstjänst, till exempel en onlineplattform, och som sprids av den onlinebaserade förmedlingstjänsten utan ersättning för placeringen, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av meddelandet i fråga, såvida inte användaren har fått ersättning för det politiska reklammeddelandet av en tredje part.

(48) Regler om transparens och de relaterade kraven på tillbörlig aktsamhet 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.

(49) Yttrandefriheten och informationsfriheten, som skyddas av artikel 11 i stadgan, omfattar en individs rätt att ha politiska åsikter, ta emot och sprida politisk information och dela politiska idéer. Varje begränsning av dessa friheter måste vara förenlig med artikel 52 i stadgan. Dessa friheter kan bli föremål för ändringar och inskränkningar om dessa är nödvändiga och motiveras av ett legitimt allmänintresse och är förenliga med de allmänna principerna i unionsrätten, såsom proportionalitet och rättssäkerhet. Detta är bland annat fallet när de politiska idéerna förmedlas genom tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Yttrandefrihet och informationsfrihet är en av grundvalarna i en livlig demokratiskt debatt.

(50) Denna förordning bör inte medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner eller regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar.

(51) När det gäller mellanhänder på internet är förordning (EU) 2022/2065 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 den här förordningen är det lämpligt att göra de transparenskrav som fastställs för reklamutgivare som omfattas av förordning (EU) 2022/2065 mer detaljerade, särskilt för mycket stora onlineplattformar. Detta gäller särskilt information om finansiering av politiska reklammeddelanden. De krav som fastställs i den här förordningen bör inte påverka tillämpningen av förordning (EU) 2022/2065.

(52) Utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande och spridning av politiska reklammeddelanden kan inbegripa en komplex kedja av tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Detta är särskilt fallet när valet av reklaminnehåll, valet av inriktningskriterier och annonsleveranskriterier, tillhandahållandet av uppgifter som används för att rikta och tillhandahålla ett reklammeddelande, tillhandahållandet av inriktningsteknik och annonsleveransteknik samt tillhandahållandet av ett reklammeddelande och dess spridning kan kontrolleras av olika tillhandahållare av tjänster.

Sponsorer kan dessutom vara involverade i olika skeden av utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet och spridningen av politisk reklam. På samma sätt kan en personuppgiftsansvarig, när det gäller inriktningsteknik och annonsleveransteknik, fastställa ändamålen och medlen för behandlingen tillsammans med andra personuppgiftsansvariga, eller behandlingen kan utföras på den personuppgiftsansvariges vägnar av en annan enhet. Mot bakgrund av rättspraxis från Europeiska unionens domstol kan gemensamt personuppgiftsansvar också fastställas när endast en enhet har tillgång till de berörda personuppgifterna. På grund av deras olika bidrag, närmare bestämt definitionen av parametrar för inriktning, fastställandet av uppgiftskategorier och behandlingen vid visning av annonser, skulle tjänsteleverantörer och sponsorer regelbundet gemensamt besluta om medel och

ändamål för behandling av personuppgifter för politisk reklam, och skulle därför kunna betraktas som gemensamt personuppgiftsansvariga i enlighet med artikel 26 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 ([7]) och artikel 28 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 ([8]). Det är därför nödvändigt att föreskriva en tydlig ansvarsfördelning mellan de olika enheterna enligt den här förordningen.

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

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

(55) För att stödja efterlevnaden av kraven i denna förordning, särskilt kraven avseende användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam, uppmuntras tillhandahållare av förmedlingstjänster att underlätta identifieringen av politisk reklam som laddas upp eller sprids direkt av användarna via deras onlinebaserade förmedlingstjänst. Tillhandahållare av förmedlingstjänster skulle exempelvis kunna ställa effektiva mekanismer till användarnas förfogande för att ange att ett reklammeddelande är politiskt.

(56) Genom transparens i fråga om politisk reklam bör enskilda individer 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 annan information, såsom sponsorns identitet, den politiska kampanj där meddelandet ingår och huruvida meddelandet varit föremål för inriktningsteknik och annonsleveransteknik. Sponsorns namn kan i förekommande fall innehålla en politisk logotyp. Utgivare av politisk reklam bör säkerställa att politiska reklammeddelanden är korrekt märkta och använda sig av ändamålsenligmärkning som innehåller den angivna informationen, inbegripet en tydlig angivelse av var transparensmeddelandet ska hämtas. Kommissionen bör tilldelas genomförandebefogenheter för att anta genomförandeakter för att fastställa etiketternas format och mall och för att säkerställa att de är anpassade till det medium som används, med beaktande av den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis.

(57) För att stödja ansvarsskyldighet i den politiska processen bör den information som ska tillhandahållas i ett transparensmeddelande också innehålla sponsorns identitet och, i tillämpliga fall, identiteten hos den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn. 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 andra berörda politiska aktörer 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 den politiska 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. Om ett politiskt

([7]) 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).

([8]) 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).

reklammeddelande offentliggörs på nytt efter det att det har avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av denna förordning bör detta anges i transparensmeddelandena för att säkerställa att enskilda personer informeras på lämpligt sätt. Transparensmeddelandet bör finnas tillgängligt omedelbart efter det att reklammeddelandet har offentliggjorts eller spridits, och den information det innehåller bör hållas uppdaterad. Vidare bör transparensmeddelandet 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 bestämmelserna om anmälan i förordning (EU) 2022/2065.

(58) För att säkerställa ökad transparens när det gäller politisk reklam är det nödvändigt att samla in och i det relevanta transparensmeddelandet presentera information om räckvidden för politisk reklam och enskilda personers engagemang i den. Budskapets räckvidd avser uppgifter som gör det möjligt att kvantifiera den geografiska fördelningen och antalet personer som tittade på, tog emot eller på annat sätt interagerade med den politiska reklamen, inbegripet antalet visningar, intryck och klick. Engagemang med budskapet avser uppgifter som gör det möjligt att kvantifiera enskilda personers interaktion med politisk onlinereklam, mätt på olika sätt, inbegripet perioden för interaktion med det politiska reklammeddelandet. Relevanta standarder för utarbetande av märkning och transparensmeddelanden för politiska reklammeddelanden bör ta upp kvantifieringen av räckvidd och engagemang.

(59) Presentationen av informationen i transparensmeddelandet kan variera beroende på vilka metoder som används. För att enkelt kunna hämta informationen i transparensmeddelandet i offlinereklam, skulle exempelvis en särskild länk till en webbsida, en QR-kod eller motsvarande användarvänliga tekniska åtgärder kunna användas. Kravet på att informationen om transparensmeddelandet bl.a. 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 genom att uppfylla tillämpliga tillgänglighetskrav, inbegripet, när så är tekniskt möjligt, genom att göra informationen tillgänglig via kanaler som kan uppfattas med mer än ett sinne. För att kunna ta hänsyn till den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis och för att säkerställa att transparensmeddelandena anpassas till det medium som används, bör kommissionen tilldelas genomförandebefogenheter att anta genomförandeakter som fastställer deras format och tillhandahåller tekniska specifikationer.

(60) Om politisk reklam görs tillgänglig elektroniskt, inbegripet via ett onlinemedium, ska också det åtföljande transparensmeddelandet vara tillgängligt elektroniskt och i ett maskinläsbart format. Politisk reklam som endast görs tillgänglig via ett offlinemedium, såsom tryckta broschyrer eller tryckta tidningar, kan åtföljas av transparensmeddelanden som också görs tillgängliga endast via ett offlinemedium, som ingår i samma tryckta broschyr eller tidning. Om politisk reklam görs tillgänglig via ett offlinemedium och transparensmeddelandet görs tillgängligt elektroniskt bör transparensmeddelandet dock också vara i ett maskinläsbart format.

(61) Information bör betraktas som maskinläsbar om den tillhandahålls i ett format som programvaran automatiskt kan behandla utan mänsklig medverkan, särskilt i syfte att identifiera, känna igen och extrahera specifika data från den.

(62) Transparensmeddelanden bör utformas så att de ökar användarnas medvetenhet och bidrar till en tydlig identifiering av det politiska reklammeddelandet som sådant. Transparensmeddelandena bör utformas så att de kvarstår 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 bevaras fram till dess att offentliggörandet avslutas. Utgivare av politisk reklam bör bevara och på begäran tillgängliggöra sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar under en period på sju år efter den senaste publiceringen.

(63) Eftersom utgivare av politisk reklam gör politiska reklammeddelanden tillgängliga för allmänheten bör de publicera eller sprida informationen i transparensmeddelandet till allmänheten tillsammans med publiceringen eller spridningen av det politiska reklammeddelandet. Om utgivare av politisk reklam på något sätt får kännedom om att ett politiskt reklammeddelande inte uppfyller transparenskraven i denna förordning, till exempel efter en individuell anmälan, bör de vidta bästa möjliga åtgärder för att komplettera eller korrigera den information som krävs enligt denna förordning. Om informationen inte kan kompletteras eller korrigeras utan oskäligt dröjsmål bör utgivare av politisk reklam antingen inte tillgängliggöra de politiska reklammeddelanden som inte uppfyller transparenskraven i denna förordning, eller avbryta offentliggörandet eller spridningen av dem till allmänheten. I en sådan situation bör utgivare av politisk reklam informera de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster och, i förekommande fall, sponsorn om de rimliga åtgärder som vidtagits för att uppfylla kraven i denna förordning. Utgivaren bör informera sponsorn, eller den tillhandahållare av tjänster som agerar på sponsorns vägnar, om varje beslut som fattats i detta avseende.

(64) För att säkerställa offentliggörandet av den information om politisk onlinereklam som krävs enligt denna förordning, och faktisk tillgång till den för alla berörda personer, är det nödvändigt att kommissionen inrättar och säkerställer, direkt eller genom att anförtro en förvaltningsmyndighet detta ansvar, förvaltningen av en offentlig databas för alla politiska reklammeddelanden online, den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online. All delegering till en förvaltningsmyndighet bör bli föremål för nödvändiga regleringsmässiga anpassningar. För att stödja enskilda personers tillgång till information, bland annat för att underlätta arbetet för berörda aktörer, såsom forskare i deras specifika roll, och för att stödja fria och rättvisa val eller folkomröstningar och rättvisa valkampanjer, bland annat genom att granska sponsorer av politiska reklammeddelanden och analysera det politiska reklamlandskapet, bör denna databas innehålla en funktion som möjliggör tillgång till politisk onlinereklam, tillsammans med den information som krävs enligt denna förordning, under en fastställd period via en enda portal. För att stödja utgivare av politisk reklam som inte är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 bör denna databas omfatta en värdtjänst som säkerställer kostnadsfri tillgång till politisk onlinereklam och den information som offentliggörs tillsammans med den. Dessa utgivare av politisk reklam bör göra nödvändig information tillgänglig inom en angiven period. Utgivare och sponsorer av politisk reklam bör förbli ansvariga för de politiska reklammeddelanden och annan information som görs tillgänglig genom den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online, inbegripet för deras fullständighet och korrekthet, och de bör vara ansvariga för att säkerställa att de hålls uppdaterade.

För att säkerställa att den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online fungerar ändamålsenligt bör kommissionen tilldelas genomförandebefogenheter att anta genomförandeakter för att fastställa detaljerade arrangemang för driften av den databasen. Dessa genomförandeakter bör bland annat avse en gemensam datastruktur och ett gemensamt programmeringsgränssnitt för att möjliggöra överföring av nödvändig information samt hämtning av information från databasen, metadata för att underlätta onlinesökmotorers indexering av politiska reklammeddelanden och deras införande i databasen samt standardiserade autentiseringslösningar i syfte att göra det möjligt att koppla transparensinformation till de politiska reklammeddelandena samt autentisera versioner av informationen.

(65) När tillhandahållarna av politiska reklamtjänster fullgör sina skyldigheter enligt denna förordning bör de ta vederbörlig hänsyn till de grundläggande rättigheterna och andra rättigheter och legitima intressen. Tillhandahållarna av politiska reklamtjänster bör särskilt ta vederbörlig hänsyn till yttrande- och informationsfriheten, inbegripet mediernas frihet och mångfald.

(66) Dessutom bör utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065, för varje politiskt reklammeddelande, säkerställa att informationen i transparensmeddelandet görs tillgänglig i de databaser över reklammeddelanden som avses i artikel 39 i den förordningen och är tillgänglig via den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online. Sådan information bör göras tillgänglig från det ögonblick den offentliggörs och hållas uppdaterad och tillhandahållas i enlighet med en överenskommen branschstandard för tillgänglighet, datastruktur och tillgång genom ett gemensamt allmänt tillgängligt programmeringsgränssnitt.

(67) Om den tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är värd för eller på annat sätt lagrar och tillhandahåller innehållet i ett politiskt reklammeddelande skiljer sig från den tillhandahållare av politiska reklamtjänster som kontrollerar den webbplats eller annat gränssnitt där det politiska reklammeddelandet slutligen presenteras, bör dessa tillhandahållare tillsammans betraktas som utgivare av politisk reklam med ansvar för den specifika tjänst de tillhandahåller, för att säkerställa att märkning tillhandahålls och att transparensmeddelandet och relevant information finns tillgängliga. Deras kontraktsmässiga överenskommelse bör möjliggöra efterlevnad av denna förordning.

(68) Information om de belopp och 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 utgivare av politisk reklam. För att stödja tillsyn och ansvarsskyldighet bör sådan rapportering omfatta information om utgifter för inriktning eller tillhandahållande av politisk reklam under den relevanta perioden, fördelade på kampanj, och relevant information som andra enheter har översänt till utgivarna av politisk reklam. För att undvika oproportionella bördor bör dessa krav på rapporter om transparens inte tillämpas på mikroföretag eller små eller medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

(69) Utgivare av politisk reklam som tillhandahåller politiska reklamtjänster bör införa mekanismer så att fysiska eller juridiska personer kan rapportera till dem att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning. Organisationer i det civila samhället, människorättsorganisationer och övervakningsorganisationer, journalister och andra berörda enheter har en avgörande roll att spela i detta avseende. Mekanismerna för rapportering av ett sådant reklammeddelande bör vara lättillgängliga och enkla att använda, och de bör anpassas till den form av reklam som utgivaren av politisk reklam distribuerar. Mekanismerna bör i möjligaste mån vara tillgängliga från själva reklammeddelandet, till exempel på utgivarens webbplats. Vid behov bör utgivare av politisk reklam vidta tekniska åtgärder för att säkerställa minimistandarder för it-säkerhet, inbegripet åtgärder för att förhindra automatiska anmälningar. Utgivare av politisk reklam bör, vid behov, kunna förlita sig på befintliga mekanismer. När utgivarna av politisk reklam exempelvis är tillhandahållare av onlinevärdtjänster i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 bör de, i fråga om politiska reklammeddelanden som hyses på begäran av mottagarna av deras tjänster, kunna förlita sig på mekanismerna för anmälan och åtgärder enligt den förordningen för anmälningar av att sådana reklammeddelanden inte är förenliga med den här förordningen. Om dessa mekanismer inte är tillgängliga bör enskilda personer kunna rapportera sådana politiska reklammeddelanden direkt till de behöriga myndigheterna.

(70) För att säkerställa ett konsekvent genomförande av mekanismer som gör det möjligt att anmäla politisk reklam som eventuellt inte efterlever bestämmelserna bör kommissionen utarbeta riktlinjer, särskilt för att stödja utarbetandet av lämpliga tekniska specifikationer för mekanismerna som är anpassade för audiovisuella och tryckta medier samt online- och offlinereklam.

(71) Utgivare av politisk reklam bör granska och behandla de anmälningar som mottagits i enlighet med denna förordning på ett omsorgsfullt, icke godtyckligt och objektivt sätt, i enlighet med vad som anges i denna förordning. Utgivaren av politisk reklam bör bekräfta att anmälan har mottagits och informera den fysiska eller juridiska person som gjorde anmälan om uppföljningen av den och tillhandahålla information om möjligheter till prövning, inbegripet, i tillämpliga fall, enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2020/1828 ([9]), med avseende på det reklammeddelande som anmälan avser. För att säkerställa att berörda sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster är medvetna om effekterna av anmälningar bör utgivaren av politisk reklam också informera de berörda sponsorerna eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster om alla relevanta åtgärder som de vidtar efter anmälningar. För att säkerställa att dessa mekanismer fungerar ändamålsenligt under den sista månaden före

([9]) Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2020/1828 av den 25 november 2020 om grupptalan för att skydda konsumenters kollektiva intressen och om upphävande av direktiv 2009/22/EG (EUT L 409, 4.12.2020, s. 1).

ett särskilt känsligt val eller en särskilt känslig folkomröstning, bör utgivare av politisk reklam som inte klassificeras som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU behandla erhållna anmälningar av ett reklammeddelande med koppling till valet eller folkomröstningen inom 48 timmar, förutsatt att anmälan kan behandlas helt på grundval av den information som ingår i anmälan.

(72) Alla åtgärder som en utgivare av politisk reklam vidtar bör vara strikt målinriktade i den meningen att de först och främst bör tjäna till att korrigera eller komplettera den efterfrågade informationen och endast i sista hand avlägsna den specifika del av informationen som inte är förenlig med denna förordning. I samband med detta bör utgivaren av politisk reklam ta vederbörlig hänsyn till yttrandefriheten, informationsfriheten och andra grundläggande rättigheter.

(73) För att göra det möjligt för vissa 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 otydliga eller orimliga eller som avser information som de inte förfogar över. Dessutom bör den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ha rätt att ta ut en rimlig avgift vid avsevärda kostnader, med beaktande av de administrativa kostnaderna för att tillhandahålla informationen.

(74) Personuppgifter som samlas in direkt från enskilda personer, eller indirekt såsom observerade eller härledda uppgifter, när personer grupperas utifrån sina förmodade intressen eller intressen som härleds genom deras onlineverksamhet, beteendeprofilering och annan analysteknik, används i allt högre grad för att rikta politiska budskap till grupper, enskilda väljare eller enskilda personer, och för att förstärka budskapens genomslagskraft. På grundval av behandlingen av personuppgifter, särskilt särskilda kategorier av personuppgifter enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 och Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725, 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 har valts specifikt för att dra nytta av de tillfällen där dessa personer skulle kunna vara mottagliga för en viss typ av information eller budskap. Sådan behandling av personuppgifter har specifika och skadliga effekter på enskilda personers grundläggande rättigheter och friheter, som till exempel rätten att behandlas rättvist och lika, att inte manipuleras, att erhålla objektiv information, att bilda sig en uppfattning, att fatta politiska beslut och att utöva sin rösträtt. Dessutom inverkar den negativt på den demokratiska processen eftersom den leder till en fragmentering av den allmänna debatten om viktiga samhällsfrågor, selektiv räckvidd och, i slutändan, manipulering av väljarkåren. Den ökar också risken för spridning av informationsmanipulering och utländsk inblandning. Vilseledande eller dold politisk reklam är en risk, eftersom den påverkar de centrala mekanismer som möjliggör ett fungerande demokratiskt samhälle. Ytterligare begränsningar och villkor utöver de som anges i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 bör fastställas. De krav som fastställs i den här förordningen när det gäller användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med politisk reklam bör grundas på artikel 16 i EUF-fördraget.

(75) I enlighet med unionsrätten bör personuppgiftsansvariga, enligt definitionen i artikel 4.7 i förordning (EU) 2016/679, säkerställa att individuellt beslutsfattande inte påverkas av mörka mönster som antingen avsiktligen eller i praktiken snedvrider eller försämrar enskilda personers förmåga att fatta självständiga och välgrundade beslut, inbegripet genom användning av förkryssade rutor och annan vinklad och icke-transparent teknik som driver eller påverkar enskilda personer att fatta särskilda beslut som de annars kanske inte skulle ha fattat. Den systematiska användningen av mörka mönster, otydliga samtyckesavtal, vilseledande information och otillräcklig tid för att läsa igenom villkor är vanliga metoder för att göra det svårt för enskilda personer att få tydlig information och kontroll i samband med onlinereklamindustrin. Regler som förhindrar mörka mönster bör inte tolkas som att de hindrar personuppgiftsansvariga från att interagera direkt med enskilda personer. Personuppgiftsansvariga bör emellertid avstå från att upprepade gånger begära att en enskild person ska göra ett val när ett sådant val redan har gjorts, att

göra förfarandet för att återkalla ett samtycke betydligt tyngre än förfarandet för att lämna det, att göra vissa val svårare eller mer tidskrävande än andra eller att använda standardinställningar som är mycket svåra att ändra och som på ett orimligt sätt snedvrider enskilda personers beslutsfattande på ett sätt som snedvrider och hindrar deras självständighet, beslutsfattande och val. Mekanismen för att inhämta beslut från enskilda personer bör vara tydlig och lätt att använda, och alternativens relativa synlighet bör inte syfta till att påverka den enskilda personens beslut. Information till enskilda personer i detta avseende bör vara kortfattad och formulerad på ett klart och begripligt språk och göras tillgänglig på ett enkelt, väl synligt och direkt sätt.

(76) Utgivare av politisk reklam som tillhandahåller eller använder annonsleveransteknik bör uppmuntras att komma med lösningar som minimerar risken för diskriminering när politiska reklammeddelanden tillhandahålls på grundval av behandling av personuppgifter.

(77) Inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper profilering med användning av sådana särskilda kategorier av personuppgifter som avses i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 bör förbjudas i samband med politisk onlinereklam. Det bör inte vara möjligt att förlita sig på de undantag som fastställs i artikel 9.2 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.2 i förordning (EU) 2018/1725 för användning av denna teknik i samband med politisk onlinereklam. Inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av andra personuppgifter än särskilda kategorier av personuppgifter i samband med politisk onlinereklam bör endast tillåtas om den grundar sig på personuppgifter som samlats in från de registrerade och med deras uttryckliga samtycke, som inhämtats specifikt för politisk reklam. Med tanke på den roll som politiska partier, stiftelser, föreningar och andra ideella organisationer spelar i vår demokrati bör sådana begränsningar inte påverka deras förmåga att kommunicera med sina medlemmar och före detta medlemmar och att sprida information, såsom nyhetsbrev, som är kopplad till deras politiska verksamhet, när de enbart använder abonnemangsuppgifter och personuppgifter som tillhandahålls av dessa. Förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 är tillämpliga på behandlingen av personuppgifter, och uttryckligt samtycke bör tolkas som samtycke i den mening som avses i dessa förordningar. När inriktningsteknik och annonsleveransteknik används på de villkor som anges i den här förordningen kan den vara användbar för att sprida politisk reklam och information och för att nå ut till och informera medborgarna.

(78) Personuppgiftsansvariga bör inte använda personuppgifter som erhållits från tredje part för inriktning eller annonsleverans i samband med politisk reklam. För att bidra till att förhindra manipulativ microtargeting måste tillhandahållare av politiska reklamtjänster vidta särskilda åtgärder för att säkerställa att de personuppgifter som samlas in och behandlas för inriktning och annonsleverans i samband med politisk reklam begränsas till vad som är nödvändigt med avseende på det syftet, till exempel genom att begränsa alternativen för inriktning och annonsleverans i samband med politisk reklam som erbjuds tjänstemottagare till de alternativ som endast kräver en kombination av upp till fem kategorier.

(79) Kravet på att inriktningen eller annonsleveransen i samband med politisk reklam inte får baseras på profilering med användning av särskilda kategorier av personuppgifter omfattar profilering med användning av särskilda kategorier av personuppgifter som härleds från personuppgifter som inte i sig utgör särskilda kategorier av personuppgifter. Detta kan till exempel vara fallet om en personuppgiftsansvarig använder personuppgifter som inte är särskilda kategorier av personuppgifter för att kategorisera registrerade som personer med viss religiös, filosofisk eller politisk övertygelse, oavsett om den kategoriseringen är riktig. Det bör inte ha någon betydelse hur kategorin betecknas om behandlingen av personuppgifter avslöjar en särskild kategori av personuppgifter. När användaren av ett socialt onlinenätverk besöker en viss sida eller använder en app eller en annan onlinefunktion eller onlinetjänst som rör en eller flera av de kategorier som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och, allt efter omständigheterna, uppger personuppgifter vid registrering, onlinebeställning eller annan interaktion med det

sociala nätverket, bör den behandling av personuppgifter som utförs av operatören av det sociala onlinenätverket anses vara *behandling av särskilda kategorier* av personuppgifter i den mening som avses i den artikeln, vilket i princip är förbjudet när denna behandling av uppgifter gör det möjligt att avslöja information som omfattas av en av dessa kategorier, oavsett om informationen avser en användare av det sociala nätverket eller någon annan fysisk person. Detta är fallet oavsett om den registrerade informerades om avsikten att använda sådana uppgifter för inriktning eller annonsleverans av politiska reklammeddelanden då uppgifterna samlades in.

(80) Samtycke till behandling av personuppgifter ges och återkallas i enlighet med förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725. Sådant samtycke bör ges genom en entydig bekräftande handling eller ett uttalande som utgör en frivillig, specifik, informerad och otvetydig viljeyttring genom vilken den registrerade godtar behandling av personuppgifter för politiska reklamändamål. Dessutom bör samtycke vid tillämpning av den här förordningen vara uttryckligt och ges separat för politiska reklamändamål. Vid tillämpningen av den här förordningen, inbegripet när samtycke till behandling av personuppgifter för inriktning eller annonsleverans i samband med politiska reklammeddelanden erhålls vid tillhandahållandet av en onlinetjänst, bör personuppgiftsansvariga inhämta samtycke genom att presentera en användarvänlig lösning för den registrerade så att vederbörande kan ge, ändra eller återkalla sitt samtycke på ett uttryckligt, tydligt och enkelt sätt. Personuppgiftsansvariga bör inte utforma, organisera eller driva gränssnitt på ett sätt som vilseleder, manipulerar eller på annat sätt väsentligt snedvrider eller försämrar den registrerades förmåga att frivilligt ge sitt samtycke för det specifika ändamålet. Vid tillämpningen av den här förordningen kan inte kravet på att inhämta samtycke till behandling av personuppgifter kringgås genom att man fastställer att den registrerade har gjort de berörda personuppgifterna tillgängliga för allmänheten. Det bör vara lika lätt att återkalla samtycke till behandling av personuppgifter för inriktning eller annonsleverans i samband med politisk reklam som att ge det. Att vägra eller återkalla samtycke bör inte vara svårare eller mer tidskrävande för den registrerade än att ge det. Elektroniska signaler som anger en enskild persons önskan att inte erhålla politisk reklam bör respekteras.

(81) Mot bakgrund av domstolens dom av den 4 juli 2023 i mål C-252/21 ([10]), Meta Platforms m.fl. (Ett socialt nätverks användarvillkor), bör det stå de registrerade fritt att, i samband med politisk reklam, vägra att ge sitt samtycke till viss behandling av personuppgifter utan att behöva avstå helt från att få tillgång till en onlinetjänst. Enligt vad domstolen har slagit fast bör dessa användare erbjudas ett likvärdigt alternativ som inte åtföljs av sådan uppgiftsbehandling.

(82) Mycket unga människor utgör en särskilt utsatt grupp som kan utnyttjas genom missbruk av inriktningsteknik och annonsleveransteknik. Även om dessa personer ännu inte har rätt att rösta kan de bli måltavlor för aktörer som vill manipulera debatten. Inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter för en registrerad som med rimlig säkerhet antas vara åtminstone ett år yngre än den rösträttsålder som fastställs genom nationella regler, i samband med politisk reklam, bör därför vara förbjuden.

(83) För att säkerställa ökad transparens och ansvarsskyldighet när inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam inbegriper behandling av personuppgifter, bör personuppgiftsansvariga tillämpa ytterligare krav på transparens. Sådana krav bör bland annat omfatta antagandet av en policy som beskriver användningen av sådan teknik och de viktigaste parametrarna, journalföring över användningen av tekniken, genomförande av en årlig riskbedömning av användningen av denna teknik med avseende på de grundläggande rättigheterna och friheterna samt tillhandahållande, tillsammans med en indikation om att ett reklammeddelande är ett politiskt reklammeddelande, av ytterligare information som behövs för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken.

([10]) Domstolens dom av den 4 juli 2023, Meta Platforms m.fl. (Ett socialt nätverks användarvillkor), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

(84) Kraven på transparens och ansvarsskyldighet bör gälla för alla personuppgiftsansvariga oavsett om den personuppgiftsansvarige agerar för egen räkning eller tillsammans med tillhandahållaren av politiska reklamtjänster eller är samma enhet som utgivaren av politisk reklam. Om den personuppgiftsansvarige inte är densamma som utgivaren av politisk reklam bör den personuppgiftsansvarige översända den interna policyn till utgivaren av politisk reklam och säkerställa att övrig information som är nödvändig för efterlevnaden av denna förordning meddelas utgivaren av politisk reklam i lämplig tid och på ett korrekt sätt.

(85) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör översända den information till utgivarna av politisk reklam som dessa behöver för att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Översändandet av sådan information skulle kunna automatiseras och integreras i de ordinarie affärsprocesserna på grundval av standarder.

(86) För att ge enskilda personer ytterligare möjlighet att utöva sina rättigheter till skydd av personuppgifter bör utgivare av politisk reklam tillhandahålla de berörda registrerade ytterligare information och ändamålsenliga verktyg för att stödja deras utövande av sina rättigheter enligt unionens rättsliga ram för uppgiftsskydd, vilket inbegriper den registrerades rätt att ändra sina personuppgifter 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.

(87) Information som ska tillhandahållas i enlighet med alla krav som är tillämpliga på användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik enligt denna förordning bör presenteras i en form som är lättillgänglig, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av klarspråk, och tillgänglig för personer med funktionsnedsättning.

(88) Det är lämpligt att fastställa regler för överföring av information om inriktning och annonsleverans till andra berörda enheter. Det tillämpliga systemet bör vara förenligt med det system för informationsöverföring som är kopplat till transparenskraven.

(89) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade i ett tredjeland och som erbjuder tjänster i unionen bör utse en bemyndigad rättslig företrädare i unionen som registrerats hos den behöriga myndighet som har utsetts av varje medlemsstat, för att en ändamålsenlig tillsyn av denna förordning i förhållande till dessa tillhandahållare ska möjliggöras. Den rättsliga företrädaren kan vara den företrädare som utsetts på grundval av artikel 27 i förordning (EU) 2016/679 eller den rättsliga företrädare som utsetts på grundval av artikel 13 i förordning (EU) 2022/2065. Medlemsstaterna bör föra ett offentligt register över alla rättsliga företrädare som registrerats på deras territorium enligt den här förordningen, och kommissionen bör inrätta och underhålla en allmänt tillgänglig portal som är kopplad till de webbsidor som medlemsstaterna tillhandahåller. Med tanke på hur viktigt detta krav är för en ändamålsenlig kontroll av efterlevnaden av den här förordningen i förhållande till tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade i ett tredjeland, samt för att upprätthålla lika villkor för alla tillhandahållare av politiska reklamtjänster på den inre marknaden, bör medlemsstaterna, i avsaknad av en utsedd rättslig företrädare, vidta alla lämpliga åtgärder för att säkerställa efterlevnad av den här förordningen, inbegripet genom att avbryta publiceringen eller spridningen av de relevanta politiska reklammeddelandena om det inte är möjligt att på annat sätt säkerställa efterlevnaden.

(90) För en ändamålsenlig tillsyn av denna förordning är det nödvändigt att ge tillsynsmyndigheterna befogenhet att övervaka och verkställa de relevanta reglerna och säkerställa att de har de resurser som de behöver för att utföra sina uppgifter enligt denna förordning. Beroende på varje medlemsstats rättssystem och i linje med befintlig unionsrätt, inbegripet förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2022/2065, får olika nationella rättsliga eller administrativa myndigheter utses för detta ändamål.

(91) När det gäller tillsyn av onlinebaserade förmedlingstjänster enligt denna förordning bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter för detta ändamål och säkerställa att tillsynen är förenlig med den tillsyn som utförs av de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med artikel 49 i förordning (EU) 2022/2065. Samordnare av digitala tjänster, utsedda i enlighet med den förordningen, 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 den förordningen. Vid tillämpning av den här förordningen bör denna mekanism begränsas till det nationella samarbetet mellan samordnare av digitala tjänster och inte omfatta unionsnivå i enlighet med förordning (EU) 2022/2065. I den mån kommissionen har exklusiv behörighet att övervaka mycket stora onlineplattformar och mycket stora sökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 och kontrollera att de fullgör de skyldigheter som föreskrivs i den förordningen, bör kommissionen bedöma dessa aktörers fullgörande av sina skyldigheter avseende den europeiska databasen över politiska reklammeddelanden online.

(92) För tillsyn av de aspekter av denna förordning som inte omfattas av tillsynsmyndigheternas behörighet enligt förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter som ska övervaka och kontrollera efterlevnaden av relevanta regler. För att stödja upprätthållandet av grundläggande rättigheter och friheter, rättsstatsprincipen, demokratiska principer och allmänhetens förtroende för tillsynen av politisk reklam behöver dessa myndigheter vara opartiska, strukturellt oberoende av inblandning utifrån och av politiska påtryckningar samt ha lämpliga befogenheter att ändamålsenligt övervaka och vidta de åtgärder som krävs för att säkerställa efterlevnaden av den här förordningen, särskilt dess krav på märkning och transparens. Förutom att medlemsstaterna kan utse särskilt nationella regleringsmyndigheter eller regleringsorgan i enlighet med artikel 30 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU ([11]), skulle de också kunna utse andra myndigheter, såsom valmyndigheter eller rättsliga myndigheter.

(93) För att stödja tillsynsmyndigheterna i deras uppgifter bör kommissionen begära att Europeiska dataskyddsstyrelsen utfärdar riktlinjer till de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 för behandlingen av särskilda kategorier av personuppgifter för inriktning eller tillhandahållande av politiska reklammeddelanden, inbegripet för villkoren för att erhålla samtycke i samband med inriktning eller tillhandahållande av politiska reklammeddelanden och för samarbetet mellan sådana myndigheter och andra myndigheter som ansvarar för tillämpningen och efterlevnaden av de krav som fastställs i den här förordningen.

(94) Oberoende tillsynsmyndigheter enligt förordning (EU) 2016/679 bör få stöd för att fullt ut utnyttja sina befogenheter enligt den förordningen att övervaka det skydd av personuppgifter som tillhandahålls enligt den här förordningen, inbegripet enligt samarbetsförfarandet, mekanismen för enhetlighet och, i synnerhet, det skyndsamma förfarandet. Perioden före val eller folkomröstningar är särskilt viktig för politiska kampanjer, för att påverka medborgarna att bilda politiska åsikter och utöva sin rösträtt. Det är också under denna period som överträdelser av tillämpliga regler är särskilt kännbara, eftersom korrigerande åtgärder vanligtvis behöver vidtas före valet för att vara verkningsfulla. Därför kan överträdelser av de regler som är tillämpliga på behandlingen av personuppgifter för inriktning av politisk reklam under den perioden få särskilt allvarliga negativa konsekvenser för medborgarnas rättigheter, inbegripet deras frihet att bilda åsikter utan otillbörlig påverkan och informationsfriheten. För att säkerställa snabba åtgärder för att skydda enskildas rättigheter och friheter under den kritiska perioden innan röstningen äger rum vid ett val bör dataskyddsmyndigheterna säkerställa att de kan agera snabbt för att hävda de berörda registrerades rättigheter. I detta syfte bör dataskyddsmyndigheterna använda de verktyg som föreskrivs i förordning (EU) 2016/679 för att samarbeta och bistå varandra, inbegripet i förekommande fall det skyndsamma förfarandet i artikel 66 i den förordningen.

([11]) 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).

(95) De behöriga myndigheter som ansvarar för tillämpningen av denna förordning får inte avvika från de beslut som fattats av de tillsynsmyndigheter som ansvarar för tillämpningen av förordning (EU) 2016/679 och som avses i artikel 51 i den förordningen, men dessa behöriga myndigheter kan behöva bedöma om politisk reklam är förenlig med den förordningen vid tillämpningen av den här förordningen. Enligt artikel 4.3 i EU-fördraget ska dessa behöriga myndigheter och tillsynsmyndigheter samarbeta lojalt med varandra och iaktta sina respektive befogenheter och ansvarsområden för att säkerställa en konsekvent tillämpning av båda förordningarna.

(96) Om det redan finns regler i unionsrätten om tillhandahållande av information till behöriga myndigheter och om samarbete med och mellan dessa myndigheter, såsom artikel 9 i förordning (EU) 2022/2065 eller de som fastställs i förordning (EU) 2016/679, bör dessa regler gälla i tillämpliga delar för de relevanta bestämmelserna i den här förordningen.

(97) För att stödja en ändamålsenlig tillämpning, tillsyn och efterlevnad av bestämmelserna i denna förordning, och utan att det påverkar tillämpningen av förordningarna (EU) 2016/679, (EU) 2018/1725 och (EU) 2022/2065, är det nödvändigt att fastställa vilken behörig myndighet som bör vara ansvarig när politiska reklamtjänster tillhandahålls i mer än en medlemsstat, eller när tillhandahållaren av politiska reklamtjänster bedriver sin huvudsakliga verksamhet utanför den medlemsstat där dess huvudsakliga verksamhetsställe eller utsedda rättsliga företrädare finns. Om en tillhandahållare av tjänster tillhandahåller politiska reklamtjänster i mer än en medlemsstat bör den eller de behöriga myndigheterna i den medlemsstat där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe normalt ansvara för en ändamålsenlig tillämpning, tillsyn och kontroll av efterlevnaden av bestämmelserna i den här förordningen. Vid fastställandet av var en tillhandahållare av politiska reklamtjänster har sitt huvudsakliga verksamhetsställe bör de behöriga myndigheterna beakta var tillhandahållaren har sitt huvudkontor eller säte där de huvudsakliga finansiella funktionerna och den operativa ledningen utövas.

(98) När de behöriga myndigheterna i alla medlemsstater utövar sina övervaknings- och efterlevnadsbefogenheter bör de vid behov samarbeta med och bistå varandra. Om en misstänkt överträdelse av denna förordning endast inbegriper den eller de behöriga myndigheter där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte har sitt huvudsakliga verksamhetsställe, bör den eller de relevanta behöriga myndigheterna underrätta den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns, och den myndigheten bör bedöma ärendet och, i tillämpliga fall, vidta nödvändiga utrednings- och efterlevnadsåtgärder.

(99) För att ytterligare underlätta en ändamålsenlig tillämpning och kontroll av efterlevnaden av denna förordning vid tillhandahållandet av gränsöverskridande tjänster bör det – om utredningen av en påstådd överträdelse av denna förordning gäller tillhandahållande av politiska reklamtjänster i en eller flera medlemsstater där tillhandahållaren inte har sitt huvudsakliga verksamhetsställe – vara möjligt för den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns att inleda och leda en gemensam utredning med deltagande av berörda behöriga myndigheter.

(100) De myndigheter som är behöriga att utöva tillsyn över denna förordning bör, när så är lämpligt, samarbeta med varandra, både på unionsnivå och på nationell nivå, och på bästa sätt utnyttja befintliga strukturer, däribland nationella samarbetsnätverk, det europeiska nätverk för valsamarbete som avses i kommissionens rekommendation av den 12 september 2018 om nätverk för valsamarbete, insyn på nätet, skydd mot cyberincidenter och bekämpning av desinformationskampanjer i samband med val till Europaparlamentet, den europeiska nämnd för digitala tjänster som inrättats genom förordning (EU) 2022/2065 och den europeiska grupp av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster som inrättats genom 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 den här förordningen, bland annat genom att de gemensamt identifierar överträdelser, delar med sig av resultat och sakkunskap och samarbetar om tillämpningen och kontrollen av efterlevnaden av relevanta regler.

(101) För att säkerställa ett ändamålsenligt och strukturerat samarbete mellan alla behöriga myndigheter om alla aspekter av denna förordning bör de nationella kontaktpunkter som är utsedda av medlemsstaterna sammanträda regelbundet på unionsnivå i nätverket för nationella kontaktpunkter. I syfte att stärka samarbetet och utbytet av information och praxis på unionsnivå bör nätverket föra ett nära samarbete med det europeiska valsamarbetsnätverket, den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster och andra relevanta nätverk eller organ.

(102) För att underlätta en ändamålsenlig tillämpning av de skyldigheter som fastställs i denna förordning är det nödvändigt att ge de nationella myndigheterna befogenhet att begära relevant information från tillhandahållarna av politiska reklamtjänster om transparens när det gäller politisk reklam. Den information som ska översändas 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 oproportionella bördor, är det nödvändigt att fastställa vissa villkor för sådana begäranden. För en rättidig övervakning av en valprocess bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster snabbt besvara begäranden från behöriga myndigheter, inom en given tidsperiod. Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning bör åsidosättanden av dessa skyldigheter anses ha en negativ och allvarlig inverkan på medborgarnas rättigheter, och tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör därför tillhandahålla den begärda informationen inom en kortare given tidsperiod. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som klassificeras som mikroföretag och små företag enligt artikel 3.1 och 3.2 i direktiv 2013/34/EU bör tillhandahålla den begärda informationen utan oskäligt dröjsmål och om möjligt före valdagen eller dagen för folkomröstningen. 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.

En sådan motivering behövs eventuellt inte om utlämnandet av skälen för begäran om information uppenbart skulle äventyra förebyggandet, avslöjandet, utredningen och lagföringen av brott eller allvarliga administrativa förseelser. Vid fastställande av allvarlighetsgraden hos en administrativ förseelse som motiverar ett sådant undantag bör man beakta inte bara den sanktionsavgift eller sanktion som kan fastställas enligt denna förordning, utan även de negativa konsekvenser den kan få för ett val, en folkomröstning eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör utse kontaktpunkter för samverkan med de behöriga myndigheterna. Sådana kontaktpunkter kan vara elektroniska. Det framgår av fast rättspraxis från Europeiska unionens domstol att skyddet för såväl fysiska som juridiska personer mot godtyckliga eller oproportionella ingripanden från offentliga myndigheters sida i dessa personers privata sfär utgör en allmän unionsrättslig princip. Detta skydd får åberopas av en person som en rättighet som säkerställs enligt unionsrätten, i den mening som avses i artikel 47 första stycket i stadgan, för att väcka talan vid domstol mot en rättsakt som går emot denna person, såsom ett föreläggande att lämna information eller en påföljd som fastställts till följd av att föreläggandet inte har följts.

(103) Medlemsstaterna bör utse en behörig myndighet som en nationell kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av denna förordning. Kontaktpunkten bör om möjligt vara medlem i det europeiska nätverket för valsamarbete. Den nationella kontaktpunkten bör underlätta samarbetet mellan medlemsstaternas behöriga myndigheter i deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter, särskilt genom att samverka med de nationella kontaktpunkterna i andra medlemsstater och med andra behöriga myndigheter i den egna medlemsstaten.

(104) Medlemsstaternas myndigheter bör säkerställa att sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster som åsidosätter de skyldigheter som fastställs i denna förordning bestraffas med sanktionsavgifter eller ekonomiska sanktioner eller, i tillämpliga fall, andra åtgärder, inbegripet löpande viten. När de gör detta bör de ta hänsyn till överträdelsens art, allvar, frekvens och varaktighet med tanke på det allmänintresse som står på spel, omfattningen och typen av den verksamhet som bedrivs samt, i tillämpliga fall, överträdarens storlek och ekonomiska kapacitet. Dessutom bör medlemsstaternas myndigheter beakta huruvida den berörda sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster systematiskt eller återkommande underlåter att fullgöra dessa skyldigheter, 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. Sanktioner bör i varje enskilt fall vara effektiva, proportionella och avskräckande, med vederbörlig hänsyn till att tillräckliga och tillgängliga rättssäkerhetsgarantier tillhandahålls, särskilt behovet av att säkerställa att den politiska debatten förblir öppen och tillgänglig. Vissa skyldigheter spelar en avgörande roll för att faktiskt uppnå målen i denna förordning, och åsidosättanden av dessa skyldigheter bör betraktas som särskilt allvarliga.

(105) Det bör vara möjligt för enskilda personer eller enheter att lämna in klagomål till behöriga myndigheter för att underrätta dem om omständigheter som kan utgöra en överträdelse av denna förordning. Det är viktigt att komma ihåg att andra administrativa förfaranden som föreskrivs i unionsrätten också kan vara tillämpliga i detta sammanhang. De registrerade har till exempel rätt att lämna in klagomål om överträdelser som rör behandlingen av deras personuppgifter till de tillsynsmyndigheter som utsetts enligt förordning (EU) 2016/679. Dessutom är det även möjligt för enskilda personer eller enheter att inge klagomål till de samordnare för digitala tjänster som utsetts enligt förordning (EU) 2022/2065 mot tillhandahållare av förmedlingstjänster om påstådda överträdelser av den förordningen. Utan att det påverkar dessa förfaranden eller andra tillgängliga administrativa förfaranden eller rättsmedel bör de behöriga myndigheterna behandla sådana klagomål, bland annat genom att informera klaganden om den uppföljning som gjorts. När en behörig myndighet underrättas om ett klagomål som faller inom ansvarsområdet för en behörig myndighet i en annan medlemsstat bör den utan oskäligt dröjsmål vidarebefordra klagomålet till den behöriga myndigheten.

(106) 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.

(107) För att underlätta för tillhandahållare av tjänster och andra berörda enheter att följa bestämmelserna i denna förordning bör man i lämplig tid ge dem lättillgänglig information om datumen för nationella val och folkomröstningar. Medlemsstaterna bör därför offentliggöra datum för sina val och folkomröstningar och, i tillämpliga fall, datum för sina valperioder. Denna information bör vara lättillgänglig och ges i lämplig tid. De bör också tillhandahålla denna information till allmänheten via en portal som görs tillgänglig av kommissionen, omedelbart efter det att datumen har tillkännagivits.

(108) För att stödja nationella behöriga myndigheters ändamålsenliga genomförande av denna förordning uppmuntras kommissionen att vid behov utarbeta riktlinjer för identifiering av politisk reklam och tillämpning av sanktioner.

(109) I syfte att uppnå målen med denna förordning bör befogenheten att anta akter i enlighet med artikel 290 i EUF-fördraget delegeras till kommissionen med avseende på den information som ska ingå i transparensmeddelandet och med avseende på informationen om användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik. Det är särskilt viktigt att kommissionen genomför lämpliga samråd under sitt förberedande arbete, inklusive på expertnivå, och att dessa samråd genomförs i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstiftning ([12]). 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.

(110) För att säkerställa enhetliga villkor för genomförandet av denna förordning bör kommissionen tilldelas genomförandebefogenheter. Dessa befogenheter bör utövas i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 182/2011 ([13]).

([12]) EUT L 123, 12.5.2016, s. 1.

([13]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 182/2011 av den 16 februari 2011 om fastställande av allmänna regler och principer för medlemsstaternas kontroll av kommissionens utövande av sina genomförandebefogenheter (EUT L 55, 28.2.2011, s. 13).

(111) 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.

(112) Eftersom målen för denna förordning, nämligen att bidra till en välfungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster och att fastställa regler för användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med publicering och spridning av politisk reklam, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna utan snarare kan uppnås bättre på unionsnivå, kan unionen vidta åtgärder i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i fördraget om Europeiska unionen. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går denna förordning inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.

(113) Denna förordning påverkar inte tillämpningen av bestämmelserna i direktiven 2000/31/EG ([14]), 2002/58/EG ([15]), 2005/29/EG ([16]), 2006/114/EG ([17]), 2006/123/EG ([18]), 2010/13/EU och 2011/83/EU ([19]) samt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 ([20]) och förordning (EU) 2022/2065, inbegripet ansvarsreglerna för tjänstelevererande mellanhänder i artiklarna 4, 5, 6 och 8 i den förordningen. Den här förordningen bör komplettera unionens dataskyddsregelverk, särskilt förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 och direktiv 2002/58/EG.

(114) Europeiska datatillsynsmannen har hörts i enlighet med artikel 42.1 i förordning (EU) 2018/1725 och avgav ett yttrande den 20 januari 2022 ([21]).

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL I

ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

Artikel 1

Innehåll och mål

1. I denna förordning fastställs följande:

([14]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (*Direktiv om elektronisk handel*) (EGT L 178, 17.7.2000, s. 1).

([15]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation (direktiv om integritet och elektronisk kommunikation) (EGT L 201, 31.7.2002, s. 37).

([16]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (*Direktiv om otillbörliga affärsmetoder*) (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22).

([17]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam (EUT L 376, 27.12.2006, s. 21).

([18]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden (EUT L 376, 27.12.2006, s. 36).

([19]) Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG (EUT L 304, 22.11.2011, s. 64).

([20]) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster (EUT L 186, 11.7.2019, s. 57).

([21]) EUT C 145, 1.4.2022, s. 12.

a) Harmoniserade regler, inbegripet krav på transparens och därmed sammanhängande skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet, för tillhandahållande av politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster och, i tillämpliga fall, för sponsorer, för insamling, lagring, utlämnande och offentliggörande av information i samband med tillhandahållandet av sådana tjänster på den inre marknaden.

b) Harmoniserade regler för användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med tillhandahållande av politisk onlinereklam.

c) Regler för tillsyn och kontroll av efterlevnaden av denna förordning, inbegripet samarbete och samordning mellan behöriga myndigheter.

2. Politiska åsikter och annat redaktionellt innehåll som omfattas av redaktionellt ansvar, oavsett i vilket medium de framförs, ska inte anses vara politisk reklam såvida inte särskild betalning eller annan ersättning erläggs för, eller i samband med, deras utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av tredje parter.

3. Politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson ska inte betraktas som politisk reklam.

4. Målen med denna förordning är

a) att bidra till en väl fungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster,

b) att skydda de grundläggande fri- och rättigheter som fastställs i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, särskilt rätten till privatliv och skyddet av personuppgifter.

Artikel 2

Tillämpningsområde

1. Denna förordning är tillämplig på politisk reklam när det politiska reklammeddelandet sprids i unionen, offentliggörs i en eller flera medlemsstater eller riktas till unionsmedborgare, oberoende av var tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är etablerad eller var sponsorn är bosatt eller etablerad, och oberoende av vilka medel som används.

2. Denna förordning ska inte påverka innehållet i politiska reklammeddelanden eller unionsregler eller nationella regler som reglerar andra aspekter som rör politisk reklam än de som omfattas av denna förordning, inbegripet reglerna för organisering, finansiering och genomförande av politiska kampanjer, reglerna för allmänna förbud mot eller begränsningar av politisk reklam under givna tidsperioder och, i tillämpliga fall, reglerna för valperioder.

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

a) Direktiv 2000/31/EG.

b) Direktiv 2002/58/EG.

c) Direktiv 2005/29/EG.

d) Direktiv 2006/114/EG.

e) Direktiv 2006/123/EG.

f) Direktiv 2010/13/EU.

g) Direktiv 2011/83/EU.

h) Förordning (EU) 2019/1150.

i) Förordning (EU) 2022/2065.

Artikel 3

Definitioner

I denna förordning avses med

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

2. *politisk reklam*: utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning, oberoende av metod, av ett budskap som normalt tillhandahålls mot ersättning eller genom intern verksamhet eller som en del av en politisk reklamkampanj

   a) av, för eller på uppdrag av en politisk aktör eller för dennes räkning, såvida det inte är av rent privat eller rent kommersiellt slag, eller

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

   och inte omfattar

      i) budskap från officiella källor inom medlemsstaterna eller unionen som är strikt begränsade till organisationen och formerna för deltagande i val eller folkomröstningar, inbegripet tillkännagivandet av kandidaturer eller den fråga som folkomröstningen gäller, eller för främjande av deltagande i val eller folkomröstningar,

      ii) offentlig kommunikation som syftar till att tillhandahålla officiell information till allmänheten av, för eller på uppdrag av en medlemsstats offentliga myndighet eller av, för eller på uppdrag av unionen, inbegripet av, för eller på uppdrag av medlemmar av en medlemsstats regering, förutsatt att de inte är ansvariga för och utformade för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess,

      iii) presentation av kandidater på särskilda offentliga platser eller i medier som uttryckligen föreskrivs i lag och som tilldelas kostnadsfritt samtidigt som likabehandling av kandidater säkerställs.

3. *politiskt reklammeddelande*: konkret förekomst av politisk reklam som publiceras, tillhandahålls eller sprids oberoende av metod.

4. *politisk aktör*: något av följande:

   a) *ett politiskt parti* enligt definitionen i artikel 2.1 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 eller en enhet som har direkt eller indirekt anknytning till ett sådant politiskt partis verksamhetsområde,

   b) *en politisk allians* enligt definitionen i artikel 2.2 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,

   c) *ett europeiskt politiskt parti* enligt definitionen i artikel 2.3 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,

   d) en kandidat till eller innehavare av ett förtroendeuppdrag på unionsnivå, nationell, regional och lokal nivå eller till en ledarpost inom ett politiskt parti,

   e) en medlem av en unionsinstitution, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten, eller av en regering i medlemsstaterna på nationell, regional eller lokal nivå,

   f) en politisk kampanjorganisation, med eller utan status som juridisk person, som inrättats enbart för att påverka ett resultat i ett val eller en folkomröstning,

   g) varje fysisk eller juridisk person som företräder eller agerar för någon av de personer eller organisationer som avses i a–f och som främjar de politiska målen för någon av dessa personer eller organisationer.

5. *politisk reklamtjänst*: tjänst som består i politisk reklam, med undantag av en onlinebaserad förmedlingstjänst enligt definitionen i artikel 3 g i förordning (EU) 2022/2065, och som tillhandahålls utan ersättning för utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av budskapet i fråga.

6. *tillhandahållare av politiska reklamtjänster*: fysisk eller juridisk person som tillhandahåller politiska reklamtjänster, med undantag för rena sidotjänster.

7. *politisk reklamkampanj*: utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande 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.

8. *mycket stor onlineplattform*: onlineplattform som betecknas som en mycket stor onlineplattform enligt artikel 33.4 i förordning (EU) 2022/2065.

9. *mycket stor onlinesökmotor*: en onlinesökmotor som betecknas som en mycket stor onlinesökmotor enligt artikel 33.4 i förordning (EU) 2022/2065.

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

11. *inriktningsteknik*: teknik som används för att rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer eller för att utesluta dem genom behandling av personuppgifter.

12. *annonsleveransteknik*: optimeringsteknik som används för att öka spridning, räckvidd eller synlighet för politiska reklammeddelanden baserat på automatiserad behandling av personuppgifter och som kan användas för att visa det politiska reklammeddelandet enbart för en viss person eller grupp av personer.

13. *utgivare av politisk reklam*: en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som publicerar, tillhandahåller eller sprider politisk reklam, oavsett medium.

14. *personuppgiftsansvarig*: personuppgiftsansvarig enligt definitionen i artikel 4.7 i förordning (EU) 2016/679 eller, i tillämpliga fall, enligt definitionen i artikel 3.8 i förordning (EU) 2018/1725.

Artikel 4

Inremarknadsprincipen

1. Medlemsstaterna får inte av transparensskäl i fråga om politisk reklam behålla eller införa bestämmelser eller åtgärder som avviker från bestämmelserna i denna förordning.

2. Tillhandahållande av politiska reklamtjänster får inte förbjudas eller begränsas, inbegripet geografiskt, av transparensskäl när kraven i denna förordning är uppfyllda.

Artikel 5

Tillhandahållande av politiska reklamtjänster i unionen

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster får inte göra tillhandahållandet av sina tjänster till föremål för diskriminerande begränsningar enbart på grundval av sponsorns bosättningsort eller etableringsort.

Tillhandahållare av politiska reklamtjänster får inte begränsa tillhandahållandet av sina tjänster till ett *europeiskt politiskt parti* enligt definitionen i artikel 2.3 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014, eller till en politisk grupp i Europaparlamentet, enbart på grundval av dess etableringsort.

2. Utan att det påverkar tillämpningen av strängare nationella regler ska politiska reklamtjänster i samband med ett val eller en folkomröstning som anordnas på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå i en medlemsstat, under de sista tre månaderna före detta val eller denna folkomröstning, endast tillhandahållas en sponsor, eller tjänstetillhandahållare som agerar på uppdrag av en sponsor, som förklarar sig vara

a) en unionsmedborgare, eller

b) en tredjelandsmedborgare som är permanent bosatt i unionen och som har rösträtt i det valet eller den folkomröstningen i enlighet med nationell rätt i bosättningsmedlemsstaten, eller

c) en juridisk person som är etablerad i unionen och som inte ytterst ägs eller kontrolleras av en tredjelandsmedborgare, med undantag av tredjelandsmedborgare som avses i led b, eller av en juridisk person som är etablerad i ett tredjeland.

KAPITEL II

SKYLDIGHETER AVSEENDE TRANSPARENS OCH TILLBÖRLIG AKTSAMHET I POLITISKA REKLAMTJÄNSTER

Artikel 6

Krav på transparens och tillbörlig aktsamhet för politiska reklamtjänster

1. Politiska reklamtjänster ska tillhandahållas på ett transparent sätt i enlighet med de skyldigheter som fastställs i denna artikel och artiklarna 7–17 och 21.

2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtalsarrangemang som ingås för tillhandahållandet av en politisk reklamtjänst möjliggör efterlevnad av de relevanta bestämmelserna i denna förordning, inbegripet de som rör ansvarsfördelningen och bestämmelserna om informationens fullständighet och korrekthet.

Artikel 7

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 3.5 och huruvida de uppfyller några av kraven i artikel 5.2. Sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning ska uppge sådana förklaringar sanningsenligt och ansvara för riktigheten.

2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst föreskriver att sponsorn eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning ska tillhandahålla förklaringen i enlighet med punkt 1 i denna artikel och relevant information som är nödvändig för att uppfylla kraven i artiklarna 9.1, 11.1 och 12.1. Informationen ska överföras på ett fullständigt och korrekt sätt och utan oskäligt dröjsmål.

3. Sponsorer ska tillhandahålla och säkerställa riktigheten i den information som är nödvändig för att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska uppfylla kraven i artiklarna 9.1 a, d, e och f, 11.1 a–d och 12.1 a, b, c, e, h och k, före eller under perioden för offentliggörande, tillhandahållande eller spridning av det politiska reklammeddelandet.

Om en sponsor, eller en tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för en sponsors räkning, får kännedom om att information som den har överfört har ändrats, ska denne säkerställa att uppdaterad information överförs till den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster på ett snabbt, fullständigt och korrekt sätt.

När sponsorn eller tillhandahållaren av reklamtjänster får kännedom om att information som har översänts till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt, ska denne utan oskäligt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren och översända kompletterad eller korrigerad information till den utgivaren av politisk reklam.

4. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska begära att sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning, som i enlighet med denna artikel lämnar in en förklaring eller upplysning som är uppenbart felaktig, korrigerar den förklaringen eller upplysningen. Sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning, ska göra sådana korrigeringar på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål.

5. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som använder ett onlinegränssnitt ska säkerställa att onlinegränssnittet utformas och organiseras på ett sätt som gör det lättare för sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorers räkning att fullgöra sina skyldigheter enligt punkt 1 i denna artikel och i artikel 9.1.

Artikel 8

Identifiering av ett politiskt reklammeddelande

1. Vid fastställandet av huruvida ett budskap utgör ett politiskt reklammeddelande i den mening som avses i artikel 3.2 b ska hänsyn tas till dess särdrag, såsom följande:

a) Budskapets innehåll.

b) Budskapets sponsor.

c) Det språk som används för att förmedla budskapet.

d) Det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperioden.

e) Det sätt på vilket budskapet utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids.

f) Målgrupp.

g) Budskapets syfte.

2. Kommissionen ska utarbeta gemensamma riktlinjer för att bidra till en korrekt tillämpning av denna artikel.

Artikel 9

Registrering

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska, i den utsträckning som är nödvändig för att uppfylla kraven i denna förordning, 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 har tillhandahållit 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.

d) Information om huruvida källorna till dessa belopp och andra förmåner som avses i led c är offentliga eller privata, samt om de kommer från ett land inom eller utanför unionen.

e) Identitet för och kontaktuppgifter till sponsorn för det politiska reklammeddelandet och, i tillämpliga fall, dessa uppgifter för den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn, och, när det gäller juridiska personer, deras etableringsort.

f) I tillämpliga fall, en uppgift om det val, den folkomröstning och den lagstiftnings- eller regleringsprocess som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.

2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att den information som bevaras enligt punkt 1 är fullständig och korrekt.

3. Den information som avses i punkt 1 ska vara i skriftlig eller elektronisk form. Sådan information ska bevaras i maskinläsbart format under en period på sju år från och med dagen för det sista utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen, beroende på omständigheterna.

4. Denna artikel ska inte tillämpas på mikroföretag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU om tillhandahållandet av reklamtjänster endast är marginellt och underordnat deras huvudsakliga verksamhet.

Artikel 10

Informationsöverföring till utgivare av politisk reklam

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att den information som avses i artikel 9.1 överförs i lämplig tid och på ett fullständigt och korrekt sätt till utgivare av politisk reklam så att de kan fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning.

Varje tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska överföra den information som avses i första stycket medan den relevanta tjänsten tillhandahålls och i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, och, när detta är tekniskt möjligt, genom en standardiserad automatiserad process.

När utgivaren av politisk reklam är den enda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ska sponsorn överföra den relevanta informationen till utgivaren av politisk reklam.

2. Om en tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som denne har överfört har uppdaterats, ska den säkerställa att uppdaterad information överförs till den relevanta utgivaren av politisk reklam.

Artikel 11

Märknings- och transparenskrav för varje politiskt reklammeddelande

1. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att varje politiskt reklammeddelande görs tillgängligt tillsammans med följande information på ett klart, framträdande och otvetydigt sätt:

a) En uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande.

b) Identiteten för sponsorn för det politiska reklammeddelandet och, i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.

c) I tillämpliga fall, det val, den folkomröstning och den lagstiftnings- eller regleringsprocess som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.

d) I tillämpliga fall, en uppgift om att det politiska reklammeddelandet har varit föremål för inriktningsteknik och annonsleveransteknik.

e) Ett transparensmeddelande med den information som avses i artikel 12.1, eller en tydlig angivelse om var den enkelt och direkt kan hämtas.

2. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att den information som avses i punkt 1 är fullständig. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa korrektheten hos informationen om var det transparensmeddelande som avses i punkt 1 e kan hämtas.

3. Den information som avses i punkt 1 ska göras tillgänglig i form av märkning anpassad till det medium som används.

Denna märkning ska vara framträdande, göra det möjligt för enskilda personer att enkelt identifiera ett politiskt reklammeddelande och ska finnas kvar om det politiska reklammeddelandet sprids ytterligare.

4. Senast den 10 juli 2025 ska kommissionen anta genomförandeakter för att fastställa formatet och mallen för den märkning som avses i punkt 3. Dessa genomförandeakter ska säkerställa att märkningen är anpassad till det medium som används, inbegripet för audiovisuella och tryckta medier samt online- och offlinereklam, med beaktande av mediets särskilda egenskaper samt den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis.

Dessa genomförandeakter ska antas i enlighet med det granskningsförfarande som avses i artikel 29.2.

5. Medlemsstaterna, inbegripet behöriga myndigheter, och kommissionen ska uppmuntra utarbetandet av frivilliga 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 som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 12

Transparensmeddelanden

1. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att det transparensmeddelande som avses i artikel 11.1 e innehåller följande information:

a) Sponsorns identitet och, i tillämpliga fall, identiteten för den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn, inbegripet namn, e-postadress och, om den offentliggörs, postadress och, om sponsorn inte är en fysisk person, den adress där sponsorn är etablerad.

b) Den information som krävs enligt led a om den fysiska eller juridiska person som tillhandahåller ersättning i utbyte mot det politiska reklammeddelandet i de fall då denna person är en annan än sponsorn eller den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.

c) Den period under vilken det politiska reklammeddelandet är avsett att publiceras, tillhandahållas eller spridas.

d) De sammanlagda beloppen och det sammanlagda värdet av andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, inbegripet de som utgivaren erhållit, helt eller delvis i utbyte mot de politiska reklamtjänsterna samt, i förekommande fall, mot den politiska reklamkampanjen.

e) Information om huruvida källorna till dessa belopp och andra förmåner som avses i led d är offentliga eller privata, samt om de kommer från ett land inom eller utanför unionen.

f) Den metod som används för att beräkna de belopp och värden som avses i led d.

g) I tillämpliga fall, en uppgift om val eller folkomröstningar samt lagstiftnings- eller regleringsprocesser som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.

h) Om det politiska reklammeddelandet är kopplat till ett specifikt val eller en specifik folkomröstning: länkar till officiell information om villkoren för att delta i det berörda valet eller den berörda folkomröstningen.

i) I tillämpliga fall, länkar till den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online som avses i artikel 13.

j) Information om de mekanismer som avses i artikel 15.1.

k) I tillämpliga fall, huruvida en tidigare publicering av det politiska reklammeddelandet eller en tidigare version av det tillfälligt har avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av denna förordning.

l) I tillämpliga fall, en uppgift om att det politiska reklammeddelandet har varit föremål för inriktningsteknik eller annonsleveransteknik på grundval av användningen av personuppgifter, inbegripet den information som anges i artikel 19.1 c och e.

m) Om det är tillämpligt och tekniskt genomförbart, räckvidden för det politiska reklammeddelandet när det gäller antalet visningar och interaktioner med det politiska reklammeddelandet.

2. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att den information som avses i punkt 1 är fullständig.

Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att informationen i punkt 1 d, f, i, j och m är korrekt före och under perioden för offentliggörande, tillhandahållande eller spridning av det politiska reklammeddelandet.

Om tillhandahållaren av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som har överförts till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt, ska de utan oskäligt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren och överföra kompletterad eller korrigerad information till den utgivaren av politisk reklam.

Om utgivaren av politisk reklam på något sätt får kännedom om att den information som avses i artikel 11.1 och punkt 1 i den här artikeln är ofullständig eller inkorrekt ska utgivaren vidta bästa möjliga åtgärder, bland annat genom att kontakta sponsorn eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, för att utan oskäligt dröjsmål komplettera eller korrigera informationen.

Om informationen inte kan kompletteras eller korrigeras utan oskäligt dröjsmål ska utgivaren av politisk reklam inte göra det politiska reklammeddelandet tillgängligt, eller ska utan oskäligt dröjsmål avbryta publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av det politiska reklammeddelandet.

Utgivaren av politisk reklam ska utan oskäligt dröjsmål informera sponsorerna eller tillhandahållarna av berörda politiska reklamtjänster om alla beslut som fattas i samband med det femte stycket i denna punkt.

3. Transparensmeddelandena ska ingå i varje politiskt reklammeddelande eller alltid vara lätta att hitta under perioden för offentliggörande av det politiska reklammeddelandet.

Transparensmeddelanden ska hållas uppdaterade under hela det politiska reklammeddelandets period för offentliggörande, presenteras i ett format som är lättillgängligt och, åtminstone när det politiska reklammeddelandet görs tillgängligt elektroniskt, i ett maskinläsbart format. De ska vara skrivna på det språk som används i det politiska reklammeddelandet. Utgivare av politisk reklam som erbjuder tjänster i unionen ska säkerställa att transparensmeddelanden uppfyller tillämpliga tillgänglighetskrav, inbegripet, när så är tekniskt möjligt, genom att göra informationen tillgänglig via kanaler som kan uppfattas med mer än ett sinne.

Transparensmeddelanden ska vara tydligt synliga och användarvänliga, bland annat genom användning av klarspråk.

4. Utgivare av politisk reklam ska bevara sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar av dessa under en period på sju år efter det sista offentliggörandet av det berörda politiska reklammeddelandet.

5. Punkt 4 i denna artikel ska inte tillämpas på mikroföretag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU under förutsättning att tillhandahållandet av reklamtjänster endast är marginellt och underordnat deras huvudsakliga verksamhet.

6. Kommissionen ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 28 för att ändra denna förordning genom att lägga till led i förteckningen över led i punkt 1 i den här artikeln och genom att ändra punkt 1 f i den här artikeln mot bakgrund av den tekniska utvecklingen, marknadspraxis, relevant vetenskaplig forskning, utvecklingen av behöriga myndigheters tillsyn och relevant vägledning som utfärdats av behöriga organ, förutsatt att en sådan ändring är nödvändig för att förstå det bredare sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften.

7. Senast den 10 juli 2025 ska kommissionen anta genomförandeakter för att fastställa formatet för och tillhandahålla tekniska specifikationer för transparensmeddelandet för att säkerställa att det är anpassat till det medium som används, inbegripet för audiovisuella och tryckta medier samt online- och offlinereklam, med beaktande av den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis samt de särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

Dessa genomförandeakter ska antas i enlighet med det granskningsförfarande som avses i artikel 29.2.

Artikel 13

Europeisk databas över politiska reklammeddelanden online

1. Kommissionen ska inrätta och säkerställa, direkt eller genom att anförtro detta ansvar till en förvaltningsmyndighet, förvaltningen av en europeisk databas för politiska reklammeddelanden online (*den europeiska databasen*) som är en offentlig databas för alla politiska reklammeddelanden online som offentliggörs i unionen eller riktas till unionsmedborgare eller personer som är bosatta i unionen. Den databasen ska innehålla följande:

a) En funktion som möjliggör allmänhetens tillgång till politiska reklammeddelanden online, tillsammans med den information som tillhandahålls av utgivare av politisk reklam som avses i artikel 12.1, med avseende på varje politiskt reklammeddelande online från och med tidpunkten för dess första offentliggörande. Informationen ska vara tillgänglig i maskinläsbart format, möjliggöra flerkriteriefrågor och vara tillgänglig för allmänheten via en enda portal.

b) En värdtjänst som säkerställer tillgången till politisk onlinereklam och den information som offentliggörs tillsammans med den som avses i artikel 12.1, under hela den period under vilken det politiska reklammeddelandet presenteras och under sju år efter det att det politiska reklammeddelandet senast presenterades. Värdtjänsten och tillgången till den information som lagras ska respektera och inte påverka eventuella rättsliga krav på avlägsnande av det politiska reklammeddelandet och den information som offentliggörs tillsammans med det. Denna värdtjänst ska vara kostnadsfri för utgivare av politisk reklam som lämnar in ett politiskt reklammeddelande online till den europeiska databasen.

2. Utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer ska säkerställa att varje politiskt reklammeddelande, tillsammans med den information som avses i artikel 12.1 i denna förordning, görs tillgängligt i en databas enligt artikel 39 i förordning (EU) 2022/2065. Dessa utgivare av politisk reklam ska dessutom möjliggöra tillgång till den informationen genom den europeiska databasen från och med tidpunkten för offentliggörandet och under hela den period under vilken de presenterar det politiska reklammeddelandet och under sju år efter det att det politiska reklammeddelandet senast presenterades på deras onlinegränssnitt.

3. Om utgivare av politisk reklam avlägsnar eller omöjliggör tillgången till ett visst politiskt reklammeddelande på grundval av påstådd olaglighet eller en oförenlighet med deras allmänna villkor, ska de fortsätta att ge tillgång till den information som krävs enligt artikel 12.1 i denna förordning under den period som avses i artikel 9.3 i denna förordning. Detta krav påverkar inte tillämpningen av kraven i artiklarna 9.2 a i, 17.3 a–e och 39.3 i förordning (EU) 2022/2065.

4. Andra utgivare av politisk reklam än de som avses i punkt 2 i denna artikel, som offentliggör politiska reklammeddelanden genom en onlinetjänst, ska göra varje sådant politiskt reklammeddelande och den information som krävs enligt artikel 12.1 tillgängliga i den europeiska databasen senast 72 timmar efter det första offentliggörandet av det politiska reklammeddelandet.

5. Kommissionen eller, beroende på omständigheterna, den förvaltande myndighet som avses i punkt 1, ska inte ha något ansvar för att den politiska reklamen och den information som offentliggjorts med den är fullständig och korrekt eller för dess förenlighet med relevant unionsrätt eller nationell rätt och andra tillämpliga bindande regler.

6. Senast den 10 april 2026 ska kommissionen anta genomförandeakter i enlighet med artikel 29 för att fastställa detaljerade arrangemang för tillhandahållandet av en gemensam datastruktur, standardiserade metadata för att underlätta införandet av politiska reklammeddelanden i den europeiska databasen och indexeringen av politisk reklam genom sökmotorer, standardiserad autentisering och ett gemensamt gränssnitt för tillämpningsprogram, i syfte att göra det möjligt att genom en enda portal få åtkomst till den sammanställda information som i enlighet med denna förordning ska offentliggöras online.

När kommissionen antar dessa genomförandeakter ska den ta hänsyn till den tekniska, marknadsrelaterade och vetenskapliga utvecklingen och sträva efter att uppnå följande mål:

a) Göra det möjligt att ge allmänheten tillgång till den information som avses i punkterna 1, 2 och 3 via den europeiska databasen.

b) Möjliggöra enkel tillgång för allmänheten till transparensmeddelanden online genom användning av ett gemensamt applikationsprogrammeringsgränssnitt som gör det möjligt att få tillgång till meddelandena och söka i relevanta databaser.

c) Stödja tredjeparters och allmänhetens tillgång till transparensmeddelanden, bland annat genom att möjliggöra analys av transparensmeddelanden online och presentationen av dem genom en enda portal och söktjänster som är användarvänliga.

Artikel 14

Regelbunden rapportering om politiska reklamtjänster

1. Utgivare av politisk reklam ska inkludera information om beloppen för eller värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot de tillhandahållna tjänsterna, inbegripet användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik sammanställda per kampanj, fogad till deras förvaltningsberättelse i den mening som avses i artikel 19 i direktiv 2013/34/EU.

Utgivare av politisk reklam ska göra den information som avses i första stycket tillgänglig för de behöriga myndigheter som ansvarar för revision eller tillsyn av politiska aktörer, om sådana myndigheter är inrättade enligt nationell rätt.

2. Punkt 1 i denna artikel ska inte tillämpas på mikroföretag eller små eller medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 15

Angivande av politiska reklammeddelanden som eventuellt inte uppfyller kraven

1. Utgivare av politisk reklam ska tillhandahålla nödvändiga mekanismer som gör det möjligt för fysiska eller juridiska personer att underrätta dem om att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning.

2. Mekanismerna enligt punkt 1 ska vara kostnadsfria, användarvänliga och lätta att få tillgång till, även från transparensmeddelandet. När det är tekniskt möjligt ska dessa mekanismer göra det möjligt att lämna in anmälningar på elektronisk väg.

3. Dessa mekanismer ska underlätta inlämningen av exakta och underbyggda anmälningar till utgivare av politisk reklam så att de kan identifiera att det politiska reklammeddelandet i fråga inte uppfyller kraven i denna förordning. I detta syfte ska utgivare av politisk reklam vidta nödvändiga åtgärder för att möjliggöra och underlätta inlämning av anmälningar som innehåller samtliga följande delar:

a) En underbyggd förklaring av skälen till att den fysiska eller juridiska person som lämnar in anmälan påstår att det politiska reklammeddelandet i fråga inte uppfyller kraven i denna förordning.

b) Information som gör det möjligt att identifiera det politiska reklammeddelandet.

c) Namn på och e-postadress till den fysiska eller juridiska person som lämnar in anmälan.

4. Utgivare av politisk reklam ska utan oskäligt dröjsmål skicka en bekräftelse på mottagandet av den anmälan som mottagits enligt punkt 1 till den fysiska eller juridiska person som lämnade in den.

5. Utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer ska utan oskäligt dröjsmål

a) granska och behandla de underrättelser som mottagits i enlighet med punkt 1 på ett omsorgsfullt, icke-godtyckligt och objektivt sätt,

b) informera den fysiska eller juridiska person som har lämnat den anmälan som avses i punkt 1 om den uppföljning som gjorts.

6. Utgivare av politisk reklam som varken är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer ska utan oskäligt dröjsmål

a) vidta bästa möjliga åtgärder för att på ett omsorgsfullt, icke-godtyckligt och objektivt sätt granska och behandla de anmälningar som mottagits i enlighet med punkt 1,

b) åtminstone på begäran informera de fysiska eller juridiska personer som gjort den anmälan som avses i punkt 1 i denna artikel om uppföljningen av den; utgivare av politisk reklam som betraktas som mikroföretag enligt artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU ska vidta bästa möjliga åtgärder för att säkerställa att de följer denna punkt.

7. Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning, ska utgivare av politisk reklam behandla anmälningar som de mottar om ett politiskt reklammeddelande kopplat till det valet eller den folkomröstningen inom 48 timmar, förutsatt att anmälan kan behandlas helt på grundval av den information som ingår i anmälan. Utgivare av politisk reklam som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU ska vidta bästa möjliga åtgärder för att utan oskäligt dröjsmål behandla alla anmälningar som de mottar om ett politiskt reklammeddelande kopplade till det valet eller den folkomröstningen.

8. Utgivare av politisk reklam ska tillhandahålla tydlig och användarvänlig information om möjligheterna till prövning med avseende på det politiska reklammeddelande som anmälan avser och, i tillämpliga fall, om användningen av automatiserade metoder för behandling av anmälningar.

9. Utgivare av politisk reklam ska utan oskäligt dröjsmål informera de berörda sponsorerna eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster om alla åtgärder som de vidtar till följd av anmälningar som gjorts enligt denna artikel och som påverkar tillgängligheten eller presentationen av det berörda politiska reklammeddelandet.

10. Utgivare av politisk reklam får gemensamt svara på upprepade anmälningar enligt punkt 1 om samma reklammeddelande eller reklamkampanj, inbegripet med hjälp av automatiserade verktyg eller genom att göra ett tillkännagivande på sin webbplats som hänvisar till de berörda anmälningarna.

11. Kommissionen får, efter samråd med det nätverk av nationella kontaktpunkter som avses i artikel 22.8, utfärda riktlinjer för att bistå utgivare av politisk reklam vid tillämpningen av den här artikeln.

Artikel 16

Överföring av information till behöriga myndigheter

1. För att kontrollera efterlevnaden av artiklarna 9, 11, 12 och 14 ska de nationella behöriga myndigheterna ha befogenhet att begära att tillhandahållare av politiska reklamtjänster överför all nödvändig information. Den överförda informationen ska vara fullständig, korrekt och tillförlitlig och tillhandahållas i tydlig, sammanhängande, konsoliderad och begriplig form. Om det är tekniskt möjligt ska informationen överföras i ett standardiserat och maskinläsbart format.

2. De begäranden som avses i punkt 1 ska innehålla följande:

a) En motivering som förklarar i vilket syfte informationen begärs, såvida inte begäran syftar till att förebygga, avslöja, utreda och lagföra brott eller allvarliga administrativa förseelser och såvida inte yppandet av skälen för begäran skulle äventyra detta syfte.

b) Information om de rättsmedel som finns tillgängliga för den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster och för sponsorn av den politiska reklamtjänsten.

3. Vid mottagandet av en begäran enligt punkt 1 i denna artikel ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster inom två arbetsdagar bekräfta att begäran är mottagen och informera den nationella behöriga myndigheten om de åtgärder som vidtagits för att tillmötesgå den. Den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ska tillhandahålla den begärda informationen inom åtta arbetsdagar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU ska emellertid göra rimliga ansträngningar för att tillhandahålla den begärda informationen inom tolv arbetsdagar, och därefter utan oskäligt dröjsmål.

4. Genom undantag från punkt 3 i denna artikel ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning tillhandahålla den begärda information som de förfogar över utan oskäligt dröjsmål och senast inom 48 timmar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1 och 3.2 i direktiv 2013/34/EU ska emellertid tillhandahålla den begärda information som de förfogar över utan oskäligt dröjsmål och om möjligt före dagen för valet eller folkomröstningen.

5. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska utse en kontaktpunkt för samverkan med nationella behöriga myndigheter. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU får utse en extern fysisk person till kontaktpunkt.

Artikel 17

Överföring av information till andra berörda enheter

1. På begäran av berörda enheter ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster till de enheterna omgående, utan kostnad och, om det är tekniskt möjligt, i ett maskinläsbart format överföra den information som dessa tillhandahållare av politiska reklamtjänster är skyldiga att ha enligt artiklarna 9, 11 och 12.

2. Berörda enheter som begär överföring av information enligt punkt 1 ska vara oberoende av kommersiella intressen och ingå i en eller flera av följande kategorier:

a) Utvalda forskare i enlighet med artikel 40.8 i förordning (EU) 2022/2065.

b) Medlemmar i en organisation i det civila samhället vars stadgeenliga mål är att skydda och främja allmänintresset och som är auktoriserad i enlighet med nationell rätt eller unionsrätten.

c) Politiska aktörer.

d) Nationella eller internationella valobservatörer som är erkända i en medlemsstat.

e) Journalister.

3. På begäran av en berörd enhet ska tillhandahållaren av politiska reklamtjänster vidta bästa möjliga åtgärder för att tillhandahålla den begärda informationen eller ett motiverat svar i enlighet med punkt 5 snarast möjligt och senast inom en månad.

4. Vid sammanställningen av den information som ska tillhandahållas enligt punkt 1 får tillhandahållaren av politiska reklamtjänster 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 otydlig, orimlig eller rör information som tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte förfogar över får tillhandahållaren vägra att tillhandahålla den begärda informationen. I sådana fall ska tillhandahållaren av politiska reklamtjänster skicka ett motiverat svar till den berörda enhet som gjort begäran, tillsammans med information om möjligheterna till prövning, inbegripet, i tillämpliga fall, de möjligheter som stadgas i direktiv (EU) 2020/1828.

6. Om handläggningen av begäranden enligt punkt 1 medför betydande kostnader får tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ta ut en rimlig och proportionell avgift som under inga omständigheter får överstiga de administrativa kostnaderna för att tillhandahålla den begärda informationen.

7. Det ska åligga tillhandahållarna av politiska reklamtjänster att visa att en begäran är uppenbart otydlig, orimlig eller rör information som de inte förfogar över eller att begäranden medför betydande handläggningskostnader.

KAPITEL III

INRIKTNING OCH ANNONSLEVERANS I SAMBAND MED POLITISK ONLINEREKLAM

Artikel 18

Särskilda krav avseende inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam

1. Inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med politisk onlinereklam ska vara tillåten endast om följande villkor är uppfyllda:

a) Den personuppgiftsansvarige har samlat in personuppgifterna från den registrerade.

b) Den registrerade har uttryckligen gett sitt separata samtycke i den mening som avses i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 till behandlingen av personuppgifter för politiska reklamändamål.

c) Denna teknik inbegriper inte *profilering* enligt definitionen i artikel 4.4 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 3.5 i förordning (EU) 2018/1725 med användning av de särskilda kategorier av personuppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725.

2. I samband med politisk reklam är det förbjudet med inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter om en registrerad som den personuppgiftsansvarige med rimlig säkerhet vet är åtminstone ett år yngre än den rösträttsålder som fastställs i nationella regler. Fullgörandet av de skyldigheter som fastställs i denna punkt ska inte innebära en skyldighet för den personuppgiftsansvarige att behandla ytterligare personuppgifter för att bedöma huruvida den registrerade är ett år yngre än rösträttsåldern.

3. Denna artikel ska inte tillämpas på kommunikation från politiska partier, stiftelser, sammanslutningar eller andra ideella organ till deras medlemmar och före detta medlemmar eller på kommunikation, till exempel nyhetsbrev, som är kopplad till deras politiska verksamhet, förutsatt att dessa meddelanden endast baseras på abonnemangsuppgifter och därför är strikt begränsade till deras medlemmar, före detta medlemmar eller abonnenter och baseras på personuppgifter som de tillhandahåller och inte innebär ytterligare behandling av personuppgifter som syftar till att rikta in sig på eller på annat sätt välja ut mottagarna och de meddelanden som de mottar.

4. För att uppfylla kraven i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 om tillhandahållande av uttryckligt samtycke, och om återkallande av sådant samtycke efter att det har givits, ska de personuppgiftsansvariga säkerställa att

a) den registrerade inte uppmanas att ge sitt samtycke om vederbörande redan på automatisk väg har angett att han eller hon inte samtycker till behandling av uppgifter för politiska reklamändamål, såvida inte begäran motiveras av väsentligt förändrade omständigheter,

b) den registrerade som inte ger sitt samtycke erbjuds ett likvärdigt alternativ för att använda onlinetjänsten utan att motta politisk reklam.

Artikel 19

Ytterligare krav på transparens avseende inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam

1. Vid användning av inriktningsteknik eller annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam som inbegriper behandling av personuppgifter ska de personuppgiftsansvariga, utöver andra krav som fastställs i denna förordning och de krav som fastställs i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 uppfylla följande krav:

a) Anta, genomföra och offentliggöra en intern policy som tydligt och på ett enkelt språk beskriver hur sådan teknik används samt behålla denna policy under en period på sju år från och med den senaste användningen av denna teknik.

b) Föra register över användningen av sådan teknik, relevanta mekanismer och parametrar som används.

c) Tillsammans med uppgiften om 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 använda tekniken, inbegripet huruvida ett system för artificiell intelligens har använts för att rikta in sig på eller tillhandahålla den politiska reklamen och alla eventuella ytterligare analysmetoder och inklusive följande:

   i) De specifika grupper av mottagare som reklamen riktar sig till, inbegripet de parametrar som används för att fastställa vilka mottagare reklamen sprids till.

   ii) De kategorier av personuppgifter som används för inriktningstekniken eller annonsleveranstekniken.

   iii) Målen, mekanismerna och logiken för inriktningen, inbegripet parametrar för inkludering och uteslutning, och skälen till valet av dessa parametrar.

   iv) Meningsfull information om användningen av system för artificiell intelligens vid inriktningen eller annonsleveransen i samband med den politiska reklamen.

   v) Det politiska reklammeddelandets spridningsperiod och antalet personer som det politiska reklammeddelandet sprids till.

   vi) En länk till eller en tydlig angivelse av var den policy som avses i led a enkelt kan hämtas.

d) Göra en intern årlig riskbedömning av användningen av denna inriktningsteknik eller annonsleveransteknik med avseende på grundläggande fri- och rättigheter, vars resultat ska offentliggöras.

e) Tillhandahålla en hänvisning tillsammans med det politiska reklammeddelandet, om en sådan inte ingår i det transparensmeddelande som krävs enligt artikel 12.1 i denna förordning, till ändamålsenliga sätt att stödja enskilda personer i deras utövande av sina rättigheter enligt förordning (EU) 2016/679 eller förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt, särskilt en hänvisning till enskilda personers rätt att korrigera personuppgifter eller dra tillbaka sitt samtycke, beroende på vad som är tillämpligt, där det ska ingå en länk till ett gränssnitt som möjliggör utövande av sådana rättigheter.

2. Om den personuppgiftsansvarige inte är densamma som utgivaren av politisk reklam ska den personuppgiftsansvarige sörja för att den information som avses i punkt 1 c och 1 e översänds till utgivaren av politisk reklam för att göra det möjligt för denne att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Informationen ska översändas i lämplig tid och på ett korrekt sätt i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, genom ett standardiserat och automatiserat förfarande om det är tekniskt möjligt.

3. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska vid behov till de personuppgiftsansvariga översända den information som är nödvändig för att uppfylla kraven i punkterna 1 och 2.

4. Information som tillhandahålls i enlighet med punkt 1 c och e och punkterna 2 och 3 ska presenteras i ett format som är lättillgängligt och, om det är tekniskt möjligt, maskinläsbart, klart synligt och användarvänligt, bland annat genom användning av ett enkelt språk.

5. Kommissionen ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 28 för att ändra denna förordning genom att lägga till led i förteckningen i punkt 1 i den här artikeln med hänsyn till den tekniska utvecklingen, marknadspraxis, relevant vetenskaplig forskning och utvecklingen när det gäller de berörda myndigheternas tillsyn och tillämpliga riktlinjer utfärdade av berörda organ.

Artikel 20

Överföring av information till andra berörda enheter om inriktning eller annonsleverans i samband med politisk onlinereklam

De personuppgiftsansvariga ska vidta lämpliga åtgärder för att på begäran av berörda enheter som avses i artikel 17.2 utan kostnad överföra den information som avses i artikel 19 till dessa enheter.

KAPITEL IV

TILLSYN OCH EFTERLEVNAD

Artikel 21

Rättslig företrädare

1. En tjänstetillhandahållare som tillhandahåller politiska reklamtjänster i unionen men som inte är etablerad i unionen ska skriftligen utse en fysisk eller juridisk person till sin rättsliga företrädare i en av de medlemsstater där tillhandahållaren erbjuder sina tjänster.

Den utsedda rättsliga företrädaren ska registrera sig hos den behöriga myndighet som avses i punkt 4 i den medlemsstat där vederbörande är bosatt eller etablerad. I detta syfte ska tjänstetillhandahållaren underrätta den behöriga myndigheten om sin rättsliga företrädares namn, postadress, e-postadress och telefonnummer. Informationen ska vara korrekt, avges i ett maskinläsbart format och uppdateras.

2. Den rättsliga företrädaren ska ansvara för att skyldigheterna enligt denna förordning fullgörs och kan, utan att det påverkar tjänstetillhandahållarens ansvar och eventuella rättsliga förfaranden som kan inledas mot tjänstetillhandahållaren, hållas ansvarig för bristande fullgörande av skyldigheterna enligt denna förordning. Den rättsliga företrädaren ska vara adressat för all kommunikation med den berörda tjänstetillhandahållaren som föreskrivs i denna förordning. Alla meddelanden till den rättsliga företrädaren ska betraktas som meddelanden till den företrädda tjänstetillhandahållaren.

3. Tjänstetillhandahållarna ska förse sina rättsliga företrädare med nödvändiga befogenheter och tillräckliga resurser för att garantera ett effektivt och rättidigt samarbete med de nationella behöriga myndigheterna och, vid behov, kommission, och för att säkerställa efterlevnad av deras beslut.

4. Medlemsstaterna ska utse en nationell behörig myndighet som ska ansvara för att upprätthålla offentliga och maskinläsbara onlineregister över alla rättsliga företrädare som är registrerade på deras territorium i enlighet med denna förordning. Den nationella behöriga myndigheten ska säkerställa att denna information är lättillgänglig och fullständig och att den uppdateras regelbundet. Medlemsstaterna ska tillhandahålla kommissionen länkarna till de relevanta webbplatserna.

5. Kommissionen ska inrätta och upprätthålla en offentlig portal med länkar till de webbplatser som medlemsstaterna tillhandahåller i enlighet med punkt 4.

Artikel 22

Behöriga myndigheter och kontaktpunkter

1. De tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 eller Europeiska datatillsynsmannen som avses i artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725 ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i den här förordningen inom sina respektive behörighetsområden. Artikel 58 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 58 i förordning (EU) 2018/1725 ska gälla i tillämpliga delar. Kapitel VII i förordning (EU) 2016/679 ska tillämpas på verksamhet som omfattas av artiklarna 18 och 19 i den här förordningen.

2. Europeiska dataskyddsstyrelsen som avses i artikel 68 i förordning (EU) 2016/679 ska, på eget initiativ eller på begäran av kommissionen, utarbeta riktlinjer för att bistå de tillsynsmyndigheter som avses i förordning (EU) 2016/679 med att bedöma efterlevnaden av kraven i den här förordningen.

3. Medlemsstaterna ska utse behöriga myndigheter för att övervaka att tillhandahållare av förmedlingstjänster i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 fullgör de skyldigheter som fastställs i artiklarna 7–17 och 21 i den här förordningen, i tillämpliga fall. De behöriga myndigheter som utsetts enligt förordning (EU) 2022/2065 får också vara en av de behöriga myndigheter som utsetts för att övervaka att mellanhänder på internet fullgör skyldigheterna i artiklarna 7–17 och 21 i den här förordningen. Den samordnare av digitala tjänster som avses i artikel 49 i förordning (EU) 2022/2065 i varje medlemsstat ska ansvara för att säkerställa samordning på nationell nivå när det gäller *tillhandahållare av förmedlingstjänster* enligt definitionen i förordning (EU) 2022/2065. Artiklarna 49, 58.1-58.4 och 60.1 i förordning (EU) 2022/2065 ska tillämpas i frågor som rör tillämpningen av den här förordningen när det gäller tillhandahållare av förmedlingstjänster. Artikel 51 i förordning (EU) 2022/2065 ska gälla i tillämpliga delar för befogenheterna för de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med denna punkt.

4. 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 3 i denna artikel. Dessa behöriga myndigheter får vara andra myndigheter än de som avses i punkterna 1 och 3 i denna artikel och får vara samma myndigheter som de som avses i artikel 30 i direktiv 2010/13/EU. Varje behörig myndighet som utses i enlighet med denna punkt ska strukturellt vara helt oberoende både av sektorn och av eventuell inblandning utifrån eller politiska påtryckningar. Den ska på ett fullständigt oberoende och ändamålsenligt sätt övervaka och vidta nödvändiga och proportionella åtgärder för att säkerställa översyn, efterlevnad och verkställande av denna förordning.

5. De behöriga myndigheter som avses i punkt 4 ska, när de utför sina uppgifter i samband med denna förordning, ha befogenhet att

a) begära tillgång till uppgifter, handlingar eller nödvändig information, särskilt från sponsorn eller de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, som de behöriga myndigheterna ska använda enbart för att övervaka och bedöma efterlevnaden av denna förordning, i enlighet med relevant lagstiftning om skydd av personuppgifter och skydd av konfidentiell information,

b) utfärda varningar till tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller bristande fullgörande av skyldigheterna enligt denna förordning,

c) beordra att överträdelser upphör och kräva att sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster vidtar nödvändiga åtgärder för efterlevnaden av denna förordning,

d) fastställa eller begära att en rättslig myndighet utdömer böter eller ekonomiska sanktioner eller andra ekonomiska åtgärder, beroende på vad som är tillämpligt,

e) vid behov fastställa ett löpande vite eller begära att en rättslig myndighet i deras medlemsstat gör det,

f) vid behov föreskriva avhjälpande åtgärder som står i proportion till överträdelsen och som är nödvändiga för att få överträdelsen att faktiskt upphöra, eller begära att en rättslig myndighet i deras medlemsstat gör det,

g) 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 karaktär,

h) utföra, eller begära att en rättslig myndighet beordrar eller tillåter, inspektioner av lokaler som tillhandahållare av politiska reklamtjänster använder för syften kopplade till deras närings-, företags-, hantverks- eller yrkesverksamhet, eller begära att andra myndigheter gör det, i syfte att granska, beslagta, kopiera eller utverka kopior eller utdrag av uppgifter i någon form, oavsett lagringsmedium.

6. Medlemsstaterna ska säkerställa att de nationella behöriga myndigheterna har alla nödvändiga resurser för att fullgöra sina uppgifter enligt denna förordning, inbegripet tillräckliga tekniska, ekonomiska och mänskliga resurser för att kunna utöva god tillsyn av efterlevnaden bland sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster, inom ramen för sin behörighet enligt denna förordning.

7. Medlemsstaterna ska säkerställa att det förekommer ändamålsenligt och strukturerat samarbete och effektiv och strukturerad samordning på nationell nivå mellan alla berörda myndigheter som avses i punkterna 1–4 i syfte att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras uppgifter och befogenheter inom tillsyn och efterlevnad enligt denna förordning, bland annat genom att anmäla upptäckta överträdelser som är relevanta för andra myndigheter, dela med sig av resultat och sakkunskap och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.

8. De nationella kontaktpunkter som medlemsstaterna har utsett i enlighet med punkt 9 andra stycket ska sammanträda regelbundet på unionsnivå i nätverket för nationella kontaktpunkter. Nätverket för nationella kontaktpunkter ska fungera som en plattform för regelbundet utbyte av information och bästa praxis och strukturerat samarbete mellan de nationella kontaktpunkterna och kommissionen i fråga om alla aspekter av denna förordning. Nätverket för nationella kontaktpunkter ska i synnerhet underlätta samarbetet på unionsnivå kring tillämpningen och efterlevnaden av denna förordning och underlätta utarbetandet, i samarbete med relevanta berörda parter, av riktlinjer för att hjälpa sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster att uppfylla kraven i denna förordning. Nätverket för nationella kontaktpunkter ska sammanträda minst två gånger om året och, vid behov, på motiverad begäran av kommissionen eller en medlemsstat. Det ska ha ett nära samarbete med det europeiska valsamarbetsnätverket, den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster och andra relevanta nätverk eller organ för att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör tillsyn och efterlevnad av denna förordning. Kommissionen ska delta i sammanträdena i nätverket för nationella kontaktpunkter och tillhandahålla administrativt stöd.

9. Om en medlemsstat utser fler än en behörig myndighet ska den säkerställa att dessa myndigheters respektive befogenheter är tydligt fastställda och att de upprätthåller ett nära och ändamålsenligt samarbete vid fullgörandet av sina uppgifter.

Varje medlemsstat ska utse en behörig myndighet som nationell kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av alla aspekter av denna förordning.

De nationella kontaktpunkterna ska stödja och underlätta ett ändamålsenligt samarbete mellan de nationella behöriga myndigheterna och med andra medlemsstaters nationella kontaktpunkter. Medlemsstaterna ska offentliggöra kontaktuppgifterna för sina nationella kontaktpunkter. De berörda medlemsstaterna ska i förekommande fall meddela namnet på de övriga behöriga myndigheterna och deras respektive uppgifter till nätverket för nationella kontaktpunkter.

Artikel 23

Gränsöverskridande samarbete

1. Den medlemsstat där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster har sitt verksamhetsställe ska utöva befogenhet över efterlevnaden av denna förordning av tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Om tillhandahållaren är etablerad i mer än en medlemsstat ska vederbörande anses omfattas av jurisdiktionen i den medlemsstat där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe.

2. Utan att det påverkar artikel 22.1 och 22.2. och punkt 1 i den här artikeln ska den behöriga myndigheten eller de behöriga myndigheterna i alla medlemsstater vid behov samarbeta med och bistå varandra.

3. En behörig myndighet ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran från en annan behörig myndighet, bistå den andra behöriga myndigheten, utan oskäligt dröjsmål och senast en månad efter mottagandet av begäran, så att de tillsyns- eller efterlevnadsåtgärder som avses i artikel 22.5 kan genomföras på ett ändamålsenligt, effektivt och konsekvent sätt. En behörig myndighet ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran om information från den behöriga myndigheten i en annan medlemsstat, via de nationella kontaktpunkter som avses i artikel 22.9, förse den behöriga myndigheten med den efterfrågade informationen utan oskäligt dröjsmål och senast 14 dagar efter mottagandet av begäran. Den tidsfristen får förlängas till en månad i fall då det krävs ytterligare utredning eller information från flera olika behöriga myndigheter.

4. Om en medlemsstats nationella behöriga myndighet har anledning att misstänka att denna förordning har överträtts på dess territorium ska den underrätta den behöriga myndighet där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe och vid behov begära att den bedömer ärendet och vidtar de nödvändiga utrednings- och efterlevnadsåtgärder som avses i punkt 7.

5. En anmälan enligt punkt 4 ska vara vederbörligen motiverad och innehålla minst följande uppgifter:

a) Information som gör det möjligt att identifiera sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster.

b) En beskrivning av relevanta fakta, de relevanta bestämmelserna i denna förordning och skälen till att den behöriga myndighet som skickat anmälan misstänker att den berörda tjänstetillhandahållaren har överträtt denna förordning, inbegripet, i förekommande fall, en beskrivning av de omständigheter som möjliggör en bedömning av kriterierna i artikel 25.4.

c) Information om var det relevanta politiska reklammeddelandet eller en kopia av det kan hämtas.

d) All annan information som den behöriga myndighet som skickat anmälan anser relevant, inbegripet, i tillämpliga fall, information som den samlat in på eget initiativ.

6. Om den behöriga myndighet där det huvudsakliga verksamhetsstället finns inte har tillräcklig information för att kunna agera med anledning av en anmälan som inkommit i enlighet med punkt 4 får den begära ytterligare information från den behöriga myndighet som skickat anmälan. När en behörig myndighet mottar en sådan begäran ska den tillhandahålla den begärda informationen utan oskäligt dröjsmål.

Den tidsperiod som fastställs i punkt 7 ska upphöra att löpa till dess att den ytterligare informationen tillhandahålls.

7. Den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns ska, utan oskäligt dröjsmål och senast en månad efter mottagandet av den anmälan som avses i punkt 4 eller, i tillämpliga fall, av den information som avses i punkt 6, till den behöriga myndighet som skickat anmälan och nätverket för nationella kontaktpunkter överlämna sin bedömning av den misstänkta överträdelsen och information om de utrednings- eller efterlevnadsåtgärder som vidtagits eller som ska vidtas för att säkerställa efterlevnad av denna förordning.

8. Om utredningen av en påstådd överträdelse gäller tillhandahållande av politiska reklamtjänster i en eller flera medlemsstater där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte har sitt huvudsakliga verksamhetsställe får den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns inleda och leda en gemensam utredning med deltagande av den eller de berörda behöriga myndigheterna i de medlemsstaterna

a) på eget initiativ och efter att ha inhämtat samtycke från den eller de relevanta behöriga myndigheterna, eller

b) på begäran av en annan behörig myndighet eller andra behöriga myndigheter, på grundval av en rimlig misstanke om att de politiska reklamtjänster som tillhandahålls av en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerad i den medlemsstat där det huvudsakliga verksamhetsstället finns har överträtt denna förordning eller väsentligt påverkat enskilda personer på territoriet för den eller de behöriga myndigheter som gjort begäran.

9. Vid tillämpningen av punkt 8 ska den behöriga myndighet som begär en gemensam utredning förse den eller de andra behöriga myndigheterna med den information som avses i punkt 5. Om en behörig myndighet beslutar att inte delta i en gemensam utredning ska den lägga fram en motiverad förklaring till detta för den eller de andra behöriga myndigheterna.

10. Vid genomförandet av en gemensam utredning ska de behöriga myndigheterna samarbeta med gott uppsåt och utöva sina utredningsbefogenheter på det sätt som krävs för att utreda den påstådda överträdelsen. Behöriga myndigheter som genomför en gemensam utredning ska underrätta varandra om alla relevanta efterlevnadsåtgärder som de inleder eller avser att inleda.

Artikel 24

Rätten att inkomma med klagomål

Utan att det påverkar andra administrativa förfaranden eller rättsmedel ska de behöriga myndigheterna på vederbörligt sätt handlägga alla anmälningar om eventuella överträdelser av denna förordning och, på begäran, informera den anmälande personen eller enheten om uppföljningen. Under den sista månaden före val eller folkomröstningar ska alla anmälningar som inkommer avseende dessa val eller folkomröstningar handläggas utan oskäligt dröjsmål.

De behöriga myndigheterna ska utan oskäligt dröjsmål översända klagomål som omfattas av behörigheten för en annan behörig myndighet i en annan medlemsstat till den behöriga myndigheten.

Artikel 25

Sanktioner

1. Medlemsstaterna ska fastställa bestämmelser om sanktioner eller, vid behov, andra åtgärder som ska tillämpas på sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster för överträdelser av artiklarna 5–17, 20 och 21, och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de genomförs i lämplig tid.

Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande. Vid fastställandet av bestämmelserna om sanktioner ska medlemsstaterna ta hänsyn till bestämmelserna om pressfrihet och yttrandefrihet i andra medier samt till regler eller normer för journalistyrket.

2. De ekonomiska sanktionernas högsta tillåtna belopp ska baseras på den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner och ska uppgå till

a) 6 % av sponsorns eller tillhandahållarens årsinkomst eller budget, beroende på vad som är tillämpligt och vad som är högst, eller

b) 6 % av sponsorns eller tillhandahållarens globala årsomsättning under det föregående räkenskapsåret.

3. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla dessa bestämmelser och åtgärder senast den 10 januari 2026 samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.

4. Vid beslut om typ av sanktioner och deras nivå ska vederbörlig hänsyn, i varje enskilt fall, tas till bland annat följande:

a) Överträdelsens karaktär, allvar, upprepning 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.

f) Storleken på och den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner, i tillämpliga fall.

5. Överträdelser av artiklarna 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 och 18 ska anses vara särskilt allvarliga om de avser politisk reklam som publiceras eller sprids under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning och riktas till medborgare i den medlemsstat där det aktuella valet eller den aktuella folkomröstningen förrättas. Medlemsstaterna får också fastställa löpande viten för att förmå sponsorer, tillhandahållare av politiska reklamtjänster och utgivare av politisk reklam att sätta stopp för allvarliga och upprepade överträdelser av denna förordning.

6. För överträdelser av de skyldigheter som fastställs i artiklarna 18 och 19 i denna förordning får de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 inom ramen för sin behörighet fastställa 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 artiklarna 18 och 19 i denna förordning får Europeiska datatillsynsmannen, som avses i artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725, inom ramen för sin behörighet fastställa sanktionsavgifter i enlighet med artikel 66 i förordning (EU) 2018/1725 upp till det belopp som avses i artikel 66.3 i den förordningen.

8. Medlemsstaterna ska årligen rapportera till kommissionen om de sanktioner som fastställts för att verkställa bestämmelserna i denna förordning, särskilt vilken typ av sanktioner som tillämpats och de administrativa sanktionsavgifternas och de ekonomiska sanktionernas storlek. Kommissionen ska beakta denna information när den utarbetar den rapport som krävs enligt artikel 27.

Artikel 26

Offentliggörande av datum för val och folkomröstningar

1. Medlemsstaterna ska offentliggöra datumen för sina val och folkomröstningar och, om tillämpligt, för sina valperioder på en lättillgänglig plats och med lämplig hänvisning till denna förordning.

2. Kommissionen ska tillhandahålla en portal där medlemsstaterna omedelbart efter tillkännagivandet ska ange datumen för sina val, folkomröstningar och, om tillämpligt, valperioder. Portalen ska vara offentlig.

KAPITEL V

SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 27

Utvärdering och översyn

Senast två år efter varje val till Europaparlamentet ska kommissionen lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om utvärderingen och översynen av denna förordning. Denna rapport ska offentliggöras och innehålla en bedömning av behovet av att ändra denna förordning, i synnerhet med avseende på

a) denna förordnings tillämpningsområde och definitionen av politisk reklam i artikel 3.2,

b) förordningens ändamålsenlighet när det gäller specifika medel för politisk reklam,

c) ändamålsenligheten hos transparensåtgärderna, särskilt den förklaring och de mekanismer för att identifiera en reklamtjänsts eller ett reklammeddelandes politiska karaktär som fastställs i artiklarna 7 och 8,

d) ändamålsenligheten hos de regler som begränsar behandlingen av personuppgifter för inriktningsteknik och annonsleveransteknik,

e) tillsyns- och efterlevnadsstrukturens ändamålsenlighet samt typen av och storleken på de sanktioner som medlemsstaterna fastställer,

f) förordningens inverkan på medieaktörer som enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU betraktas som mikroföretag samt små och medelstora företag,

g) förordningens ändamålsenlighet mot bakgrund av den tekniska och vetenskapliga utvecklingen och annan utveckling,

h) förordningens samverkan med de unionsrättsakter som avses i artikel 2.3,

i) framstegen i arbetet med att inrätta den europeiska databasen och dess senare funktionssätt.

Artikel 28

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 12.6 och 19.5 ges till kommissionen för en period på fyra år från och med den 9 april 2024. Kommissionen ska utarbeta en rapport om delegeringen av befogenhet senast nio månader före utgången av perioden på fyra år. Delegeringen av befogenhet ska genom tyst medgivande förlängas med perioder av samma längd, såvida inte Europaparlamentet eller rådet motsätter sig en sådan förlängning senast tre månader före utgången av perioden i fråga.

3. Den delegering av befogenhet som avses i artiklarna 12.6 och 19.5 får när som helst återkallas av Europaparlamentet eller rådet. Ett beslut om återkallelse innebär att delegeringen av den befogenhet som anges i beslutet upphör att gälla. Beslutet får verkan dagen efter det att det offentliggörs i *Europeiska unionens officiella tidning*, eller vid ett senare i beslutet angivet datum. Det påverkar inte giltigheten av delegerade akter som redan har trätt i kraft.

4. Innan kommissionen antar en delegerad akt ska den samråda med experter som utsetts av varje medlemsstat i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstiftning.

5. Så snart kommissionen antar en delegerad akt ska den samtidigt delge Europaparlamentet och rådet denna.

6. En delegerad akt som antas i enlighet med artikel 12.6 eller 19.5 ska träda i kraft endast om varken Europaparlamentet eller rådet har gjort invändningar mot den delegerade akten inom en period på 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 29

Kommittéförfarande

1. Kommissionen ska biträdas av en kommitté. Denna kommitté ska vara en kommitté i den mening som avses i förordning (EU) nr 182/2011.

2. När det hänvisas till denna punkt ska artikel 5 i förordning (EU) nr 182/2011 tillämpas.

Artikel 30

Ikraftträdande och tillämpning

1. Denna förordning träder i kraft den tjugonde dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

2. Den ska tillämpas från och med den 10 oktober 2025. Inom tillämpningsområdet för denna förordning ska dock artiklarna 3 och 5.1 tillämpas från och med dagen för dess ikraftträdande.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Strasbourg den 13 mars 2024.

På Europaparlamentets vägnar	*På rådets vägnar*
R. METSOLA	H. LAHBIB
Ordförande	*Ordförande*