EUROPA-
KOMMISSIONEN

Bruxelles, den 25.11.2021
COM(2021) 731 final

2021/0381 (COD)

Forslag til

EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING

om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame

(EØS-relevant tekst)

{SEC(2021) 575 final} - {SWD(2021) 355 final} - {SWD(2021) 356 final}

BEGRUNDELSE

1. BAGGRUND FOR FORSLAGET

• Forslagets begrundelse og formål

Dette forslag har først og fremmest til formål at bidrage til et velfungerende **indre marked for politisk reklame** ved at fastsætte harmoniserede regler for **en høj grad af gennemsigtighed i politisk reklame og relaterede tjenester**. Disse regler **skal gælde for udbydere af politiske reklametjenester**.

Formålet er også at beskytte fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger ved at fastsætte regler for anvendelse af **målretnings- og forstærkningsteknikker** i forbindelse med politisk reklame. Disse regler **skal gælde for alle dataansvarlige, dvs. ud over udbydere af politiske reklametjenester,** som gør brug af sådanne målretnings- og forstærkningsteknikker.

Da reklame, herunder politisk reklame, normalt udføres mod betaling, udgør dette en tjenesteydelse som omhandlet i artikel 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde ("TEUF"). Dette gælder også for forskellige aktiviteter i forbindelse med politisk reklame, herunder udarbejdelse af indhold og kampagner, deres placering gennem distributionsmedier samt udgivelse og udbredelse heraf. Som følge heraf kan fysiske og juridiske personer i EU, der udbyder disse tjenester på tværs af grænserne, påberåbe sig de grundlæggende frihedsrettigheder, navnlig etableringsfriheden og den frie bevægelighed for tjenesteydelser, som er blandt de grundlæggende principper i EU's retsorden. Grænseoverskridende levering af tjenester indebærer frihed til at udbyde og levere tjenester til en anden medlemsstat end etableringsmedlemsstaten. Det indebærer også frihed til at modtage tjenester på tværs af grænserne. Fri bevægelighed for tjenesteydelser gælder ikke kun situationer, hvor udbyderen eller modtageren bevæger sig på tværs af grænserne, men også situationer, hvor tjenester leveres på tværs af grænserne. Udbud af reklametjenester reguleres på forskellig vis i de forskellige medlemsstater afhængigt af de medier, der anvendes til at udgive eller udbrede en annonce (f.eks. på tryk, audiovisuelle medier, onlineplatforme osv.) og de formål, der forfølges med de gældende regler (f.eks. forbrugerbeskyttelse). Politiske reklametjenester er underlagt yderligere særlige regler, der pålægger sponsorer – navnlig politiske aktører – og tjenesteudbydere forpligtelser.

Politiske reklametjenester i EU er under udvikling. Den generelle vækst og markante stigning i relevante onlinetjenester i en situation med uensartet og fragmenteret regulering har givet anledning til bekymring for, at det indre marked i øjeblikket ikke har de redskaber, der skal til for at sikre politisk reklame med en høj grad af gennemsigtighed for at sikre en retfærdig og åben demokratisk proces i alle medlemsstater. Sådanne bekymringer over mangler i lovgivningen og utilstrækkelig gennemsigtighed har allerede fået nogle medlemsstater til at gribe ind med foranstaltninger, mens andre planlægger at gribe ind, men indgreb på nationalt plan kan ikke udbedre mangler i håndhævelsen på tværs af grænserne.

Ved national regulering af politisk reklame pålægges udbydere af politiske reklametjenester forpligtelser, hvorved der knyttes betingelser til tilgængeligheden af politisk reklame og dele af dens indhold fastlægges med henblik på at skabe specifik gennemsigtighed. Sådanne nationale regler har bl.a. til formål at sikre ansvarlighed og overordnet tilrettelæggelse af en retfærdig og åben politisk proces, herunder ved at understøtte tilsynet med de politiske

aktørers overholdelse af relevante forpligtelser. Disse **nationale regler er meget fragmenterede**, bl.a. hvad angår relevante definitioner og forpligtelsernes art.

Fragmenterede definitioner af politisk reklame på tværs af medlemsstaterne gør det vanskeligt at afgøre, om en reklame skal betegnes som politisk. Der er betydelige forskelle i omfanget og indholdet af de gennemsigtighedsforpligtelser, der gælder for udbydere af tjenester, som er forbundet med politisk reklame i medlemsstaterne og mellem medlemsstaterne, afhængigt af midlerne og de nationale politiske traditioner, hvilket fører til fragmentering. Nogle medlemsstater forbyder kun anonym politisk reklame, mens andre kræver specifikke oplysninger om finansiering eller om sponsorens identitet, som skal fremgå af den pågældende politiske annonce, og nogle medlemsstater har krav om mærkning af politisk annonce eller en klar adskillelse mellem reklame og redaktionelt indhold.

Teknologiske ændringer – navnlig i onlinemiljøet, som har muliggjort en hastig vækst af forskellige nye medier og former for finansiering, udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame – **har forværret den fragmenterede situation og gjort de spørgsmål, der er forbundet med overvågning og håndhævelse, mere komplekse**. Det er ikke altid klart, om krav, som kan være fastsat i generelle regler i valglove, gælder for alle medier, herunder onlinemiljøet, hvilket yderligere bidrager til manglende retssikkerhed for udbydere af politiske reklametjenester.

Denne fragmentering vil øges, efterhånden som medlemsstaterne udvikler nye regler for at imødekomme behovet for at sikre gennemsigtighed i politiske annoncer navnlig i forbindelse med den teknologiske udvikling. Nye nationale ad hoc-regler vil sandsynligvis øge fragmenteringen af de væsentlige gennemsigtighedselementer, f.eks. med hensyn til oplysninger, der skal offentliggøres, deres format og anvendelsesområdet for disse krav. Dette vil sandsynligvis også mindske retssikkerheden yderligere, både for udbydere af politiske reklametjenester og sponsorer af annoncerne.

Denne **fragmentering** af gennemsigtighedskravene skaber hindringer for levering af tjenester. Dette **medfører særlige efterlevelsesomkostninger** for tjenesteudbydere, som skal investere i at fastlægge de gældende standarder og tilpasse reklamerne til de forskellige landes regler, samtidig med at det også medfører manglende retssikkerhed med hensyn til de gennemsigtighedskrav, der gælder for politisk reklame. Denne fragmentering **begrænser også muligheden** for, at tjenesteudbydere, der kunne tilbyde deres tjenester i relation til politisk reklame i forskellige medlemsstater, kan komme ind på markedet i andre medlemsstater eller for at udvikle nye tjenester. Således **begrænses også tjenestemodtagernes muligheder** i det indre marked, ligesom mulighederne for og udvalget af grænseoverskridende kampagner begrænses. Især kan små og mellemstore virksomheder (SMV'er) mangle kapacitet til at håndtere fastlæggelsen af og tilpasningen til alle de forskellige nationale krav og procedurer. Udbydere af politiske reklametjenester har givet udtryk for bekymring over disse hindringer under den høring, der blev gennemført i forbindelse med udarbejdelsen af dette forslag.

Det har også konsekvenser for borgerne og de kompetente myndigheder, da de politiske reklameudgivere og udbydere af tjenester i relation hertil kan befinde sig i en anden medlemsstat end den, hvor borgerne møder den politiske reklame, hvilket giver anledning til særlige tilsynsrelaterede spørgsmål.

Den hastige teknologiske udvikling, den stadig mere fragmenterede og problematiske lovgivningsmæssige kontekst og de stigende beløb, der bruges på politisk reklame, **viser, at det er nødvendigt at handle** på EU-plan for at sikre den frie bevægelighed af politiske reklametjenester i hele Unionen og samtidig sikre en høj grad af gennemsigtighed, som gør valgprocesserne i EU mere åbne og retfærdige.

De foreslåede foranstaltninger er baseret på en analyse af gældende eller planlagt lovgivning i medlemsstaterne på området for politisk reklame.

I lyset af den netop beskrevne kontekst bør dette forslag indeholde harmoniserede gennemsigtighedskrav, som gælder for økonomiske aktører, der udbyder politisk reklame og relaterede tjenester (dvs. aktiviteter, der normalt udføres mod betaling), i forbindelse med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame eller for reklame rettet mod borgere i en medlemsstat.

Sigtet med dette forslag er også at beskytte fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger ved at fastsætte regler for anvendelse af målretning i forbindelse med udbredelse af politisk reklame.

Personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra borgerne eller stammer fra deres onlineaktivitet, adfærdsprofilering og andre analyser, **anvendes til at målrette politiske budskaber** til borgerne ved at rette reklame mod grupper og til at **forstærke deres virkning og udbredelse** ved at skræddersy indholdet og udbredelsen heraf på grundlag af karakteristika, der fastlægges gennem behandlingen af disse personoplysninger og analysen heraf. Det er blevet konstateret, at behandlingen af personoplysninger til sådanne formål, navnlig oplysninger, der betragtes som følsomme i henhold til forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725, har **særligt negative konsekvenser for borgernes rettigheder**, herunder deres menings- og informationsfrihed, til at træffe politiske beslutninger og udøve deres stemmeret. Nogle medlemsstater har også forsøgt eller overvejer at gribe ind med hensyn til målretning. I en kontekst, hvor reglerne om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af deres personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger harmoniseres, er det nødvendigt og hensigtsmæssigt at træffe foranstaltninger på EU-plan for at sikre en specifik yderligere beskyttelse af personoplysninger, når de anvendes i forbindelse med målrettet politisk reklame.

Dette forslag bør derfor også omhandle anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med udgivelse, udbredelse eller promovering af politisk reklame, der omfatter behandling af personoplysninger for alle dataansvarlige, dvs. ud over udbydere af politiske reklametjenester.

Behovet for at behandle disse spørgsmål fremgår af de politiske retningslinjer, som Kommissionens formand har udstukket, og er i overensstemmelse med handlingsplanen for europæisk demokrati[1] ("EDAP"), som Kommissionen fremlagde i december 2020. I handlingsplanen anerkendes behovet for større gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame og kommunikation og de tilhørende kommercielle aktiviteter, således at borgerne, civilsamfundet og de ansvarlige myndigheder klart kan se kilden bag og formålet med sådanne reklamer.

Det er nødvendigt at iværksætte disse foranstaltninger i 2023, så de kan være trådt i kraft forud for valget til Europa-Parlamentet i 2024.

[1] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/?uri=COM%3A2020%3A790%3AFIN&qid=1607079662423

- **Sammenhæng med de gældende regler på samme område**

Dette forslag supplerer forslaget til retsakten om digitale tjenester[2], som omfatter visse generelle gennemsigtighedsforpligtelser for onlineformidlere for så vidt angår gennemsigtighed i forbindelse med onlinereklame og den bredere EU-ramme for markedet for digitale tjenester[3]. Det vil omfatte både online- og offlineaktiviteter. Sammenlignet med retsakten om digitale tjenester udvides kategorierne af de oplysninger, der skal offentliggøres i forbindelse med politisk reklame, samt kredsen af de relevante tjenesteudbydere. Mens retsakten om digitale tjenester pålægger onlineplatformene gennemsigtighedskrav, dækker dette initiativ hele spektret af politiske reklameudgivere samt andre relevante tjenesteudbydere, der beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame. Der er komplementaritet og synergi med kravet i retsakten om digitale tjenester om, at meget store onlineplatforme skal foretage vurderinger af systemiske risici som følge af funktionen og anvendelsen af systemer til udvælgelse og visning af reklame med faktiske eller forudsigelige virkninger i forbindelse med valgprocesser.

Forslaget er i overensstemmelse med den valgpakke, der blev fremlagt i september 2018, herunder henstillingen om valgsamarbejdsnetværk, gennemsigtighed online, beskyttelse mod cybersikkerhedshændelser og bekæmpelse af desinformationskampagner[4], som fremmer samarbejdet mellem kompetente myndigheder på nationalt plan og EU-plan om at beskytte valg, og som indeholder specifikke henstillinger, der har til formål at fremme gennemsigtigheden af politisk kommunikation samt vejledningen i anvendelsen af Unionens databeskyttelseslovgivning til støtte for overholdelse af forordning (EU) 2016/679.

Forordning (EU) 2016/679 og andre EU-regler om beskyttelse af personoplysninger og privatlivets fred i forbindelse med kommunikation (herunder forordning (EU) 2018/1725 og direktiv 2002/58/EF) finder allerede anvendelse på behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame. Dette forslag til forordning bygger på og supplerer de bestemmelser, der gælder for behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. Hermed kodificeres elementer af Det Europæiske Databeskyttelsesråds vejledning ved i forbindelse med politisk reklame at gøre det obligatorisk at informere den registrerede (kilde til oplysningerne og begrundelsen herfor)[5].

Den bygger også på EU's adfærdskodeks om desinformation, hvori der fastsættes forpligtelser for onlineplatforme med hensyn til gennemsigtighed i politisk reklame og emnebaseret reklame, og som i øjeblikket er under revision af kodeksens nuværende underskrivere og potentielle nye underskrivere i overensstemmelse med Kommissionens vejledning om styrkelse af adfærdskodeksen[6]. Tilsagn og foranstaltninger, der er truffet i henhold til adfærdskodeksen, bør bygge bro til nærværende lovgivning med praktiske løsninger, som

---

2 https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12418-Pakken-om-digitale-tjenester-ex-ante-reguleringsinstrument-for-meget-store-onlineplatforme-der-fungerer-som-gatekeepere_da og https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-Lov-om-digitale-tjenester-uddybning-af-det-indre-marked-og-pr%C3%A6cisering-af-ansvaret-for-digitale-tjenester_da

3 Herunder ikkebindende https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online; samt en frivillig https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=42985

4 https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/soteu2018-cybersecurity-elections-recommendation-5949_en.pdf

5 https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf

6 Europa-Kommissionens vejledning om styrkelse af adfærdskodeksen om desinformation (COM(2021) 262 final) https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation

forestås af branchen. Når nærværende lovgivning er vedtaget, bør underskriverne af kodeksen gennemføre og supplere dens regler også inden for rammerne af adfærdskodeksen.

I det omfang sådanne forpligtelser henhører under de reguleringsmyndigheder, der er udpeget inden for disse eksisterende rammer, bør de overvåges og håndhæves af de samme organer og koordineres mellem de relevante eksisterende og planlagte europæiske samarbejdsstrukturer, herunder Det Europæiske Databeskyttelsesråd. Det europæiske valgsamarbejdsnetværk, som blev oprettet i 2018, og som samler kontaktpunkterne for nationale valgnetværk bestående af forskellige myndigheder med kompetence på området, bør udgøre en ramme til støtte for øget koordinering og udveksling af bedste praksis mellem kompetente myndigheder for så vidt angår politisk reklame.

- **Sammenhæng med Unionens politik på andre områder**

Dette forslag hænger også tæt sammen med det arbejde, der udføres i forbindelse med de andre initiativer i pakken om demokrati og gennemsigtighed i Kommissionens arbejdsprogram[7].

Handlingsplanen for europæisk demokrati omfatter en række initiativer, der skal bidrage til at beskytte valgintegriteten og fremme demokratisk deltagelse. Den bygger bl.a. på de erfaringer, der er gjort i forbindelse med gennemførelsen af Kommissionens valgpakke fra 2018[8] og arbejdet i det europæiske valgsamarbejdsnetværk.

Dette forslag supplerer også forslaget om ændring af forordning (EU) nr. 1141/2014 om statut for og finansiering af europæiske politiske partier og fonde. Den ændring af forordningen, som Kommissionen foreslår, indeholder specifikke regler, der har til formål at sikre, at de europæiske politiske partier lever op til høje gennemsigtighedsstandarder, når de udbreder politiske annoncer.

Endelig er dette forslag i overensstemmelse med EU's indsats udadtil i forbindelse med valgobservation (EU-valgobservationsmissioner og opfølgningen herpå). Valgobservationsmissioner (EOM'er) vurderer politisk reklame online under valgkampagner og kan anbefale foranstaltninger til forbedring af de retlige rammer under en valgproces. Den Europæiske Union rådgiver og støtter derefter partnerlandene i gennemførelsen af disse henstillinger sammen med internationale partnere. Der er udarbejdet fælles retningslinjer for observation af onlinekampagnen i forbindelse med principerklæringen for international valgobservation, som er godkendt af FN.

2. RETSGRUNDLAG, NÆRHEDSPRINCIPPET OG PROPORTIONALITETSPRINCIPPET

- **Retsgrundlag**

Retsgrundlaget for forslaget er først og fremmest artikel 114 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde (TEUF), som indeholder bestemmelser om vedtagelse af foranstaltninger, der skal sikre det indre markeds oprettelse og funktion. Denne bestemmelse gør det muligt at træffe foranstaltninger med henblik på indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser, der vedrører det indre markeds oprettelse og funktion. Det er det relevante retsgrundlag for et lovgivningsinitiativ, der

[7] https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2021_commission_work_programme_annexes_en.pdf

[8] Se https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/eu-citizenship/electoral-rights_en

omfatter tjenesteudbydere i det indre marked og som tager hånd om forskellene mellem medlemsstaternes bestemmelser, idet disse forskelle er til hinder for udøvelsen af de grundlæggende frihedsrettigheder og har en direkte indvirkning i det indre markeds funktion.

Der er i øjeblikket forskelle mellem de nationale lovgivninger, og disse forskelle vil øges, eftersom nogle medlemsstater har lovgivet eller har til hensigt at lovgive om de gennemsigtighedskrav, der gælder for politiske reklametjenester. Denne situation skaber lovgivningsmæssig fragmentering, idet reglerne om gennemsigtighed i forbindelse med politiske reklametjenester divergerer med hensyn til den grad af gennemsigtighed, der kræves (de oplysninger, der skal offentliggøres sammen med en reklame og deres format), samt deres anvendelsesområde (de typer reklame, der betragtes som politiske, og de medier, der er genstand for reguleringen), hvilket øger efterlevelsesomkostningerne for tjenesteudbydere, der udøver virksomhed i det indre marked. Hvis der ikke gøres noget på EU-plan, vil dette forværres yderligere med gennemførelsen af nye initiativer i nogle medlemsstater, mens der i andre medlemsstater fortsat ikke tages fat på spørgsmålet om gennemsigtighed i forbindelse med politiske reklametjenester. Harmonisering på EU-plan er derfor nødvendig, og artikel 114 i TEUF er det relevante retsgrundlag for dette initiativ. Med dette initiativ vil visse eksisterende hindringer for gennemsigtighed kunne fjernes, hvilket reelt kan forbedre det indre markeds funktion. Det er ikke hverken nødvendigt for det indre markeds funktion eller hensigtsmæssigt set i lyset af Unionens beføjelser at fastsætte nationale regler, der begrænser adgangen til politiske reklametjenester til visse kategorier af sponsorer eller visse perioder, eller som begrænser den finansiering eller det medie, der kan anvendes. Sådanne regler er uløseligt forbundet med medlemsstaternes valglove og er ikke en del af det indre markeds funktion.

I betragtning af at dette forslag indeholder visse specifikke regler om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger, navnlig begrænsninger af målretningsteknikker, der anses for at have en negativ indvirkning på rettigheder, når de anvendes i forbindelse med politisk reklame, er det desuden hensigtsmæssigt at basere denne forordning på artikel 16 i TEUF for så vidt angår disse specifikke regler.

- **Nærhedsprincippet (for områder, der ikke er omfattet af enekompetence)**

I overensstemmelse med nærhedsprincippet, jf. artikel 5, stk. 3, i traktaten om Den Europæiske Union (TEU), skal der kun handles på EU-plan, hvis de forventede mål ikke i tilstrækkelig grad kan opfyldes af medlemsstaterne alene og derfor bedre kan nås på EU-plan på grund af omfanget eller virkningerne af det påtænkte tiltag.

En række medlemsstater har lovgivet eller har til hensigt at lovgive om gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame. Da disse regler er forskellige med hensyn til anvendelsesområde, indhold og virkning, opstår der et uensartet sæt af nationale regler med risiko for tiltagende fragmentering. Det er til skade for den reelle udøvelse af etableringsfriheden og den frie udveksling af tjenesteydelser i Unionen.

Desuden skaber den grænseoverskridende karakter af nogle af aktiviteterne, herunder i onlinemiljøet, betydelige udfordringer for den rent nationale regulering på dette område. Det er usandsynligt, at medlemsstater, der handler på egen hånd, vil være i stand til at håndtere de konstaterede problemer på en effektiv måde. Desuden er sondringen mellem rent indenlandske og potentielt grænseoverskridende situationer vanskelig i praksis.

Visse udbydere af politiske reklametjenester og de politiske aktører, der gør brug af dem, har endvidere givet udtryk for, at der er behov for en indsats på EU-plan. Under det seneste valg

til Europa-Parlamentet tog nogle store onlineplatforme skridt til at tackle den udfordring, som den manglende retssikkerhed og fragmenteringen af det indre marked udgør, og som har resulteret i en opdeling af det. Dette viste sig at være et vigtigt spørgsmål for sponsorer af politisk reklame, dvs. politiske partier, der ønsker at udgive og udbrede politisk reklame i hele EU.

Fælles høje gennemsigtighedsstandarder for politisk reklame og relaterede tjenester i EU vil øge retssikkerheden, især for tjenesteudbydere. De ekstraomkostninger, der er forbundet med at levere en tjenesteydelse på tværs af grænserne, vil blive fjernet, og risikoen for manglende overholdelse af forskrifterne vil blive mindsket. Dette ville desuden fjerne incitamentet for udbydere af politiske reklametjenester til at opdele det indre marked og samtidig skabe et nyt incitament til at tilbyde grænseoverskridende tjenester og udvikle nye.

Virkningerne af enhver foranstaltning, der træffes i medfør af national lovgivning, vil derimod være begrænset til en enkelt medlemsstat, og en sådan foranstaltning risikerer at blive omgået eller at være vanskelig at håndhæve overfor tjenesteudbydere fra andre medlemsstater og kan være i strid med den frie bevægelighed i det indre marked. Det ville heller ikke løse de konstaterede problemer på EU-plan og kan også forværre virkningerne af fragmentering. En EU-ordning vil også hjælpe de kompetente myndigheder i varetagelsen af deres tilsynsfunktioner, hjælpe andre interessenter med at udøve deres rolle i den demokratiske proces samt øge EU's generelle modstandsdygtighed over for manipulation af oplysninger og indblanding i valgprocesser, herunder desinformation.

Den foreslåede forordning går ikke ud over det nødvendige og behandler navnlig ikke andre spørgsmål vedrørende politisk reklame ud over gennemsigtighed og anvendelse af målretningsteknikker. Den griber ikke ind i andre aspekter, der reguleres på nationalt plan, såsom lovligheden af indholdet i politiske reklamer og de perioder, hvor reklamer er tilladt, eller spørgsmålet om, hvem der kan deltage i den demokratiske proces.

Forslaget til forordning skal ikke nødvendigvis indeholde bestemmelser om oprettelse af yderligere myndigheder eller organer på medlemsstatsniveau. Det foreslås at overdrage tilsynet med og håndhævelsen af forordningens bestemmelser til relevante kompetente nationale myndigheder, herunder dem, der er blevet pålagt opgaver i henhold til gældende relevant EU-lovgivning. Medlemsstaterne kan derfor udpege og trække på ekspertisen hos eksisterende sektormyndigheder, som også vil få overdraget beføjelser til at overvåge og håndhæve forordningens bestemmelser. Medlemsstaterne skal sikre, at disse myndigheder har den nødvendige kapacitet til at garantere beskyttelsen af borgernes rettigheder i forbindelse med gennemsigtig politisk reklame.

Medlemsstaterne vil benytte en samarbejdsstruktur, der er fastlagt på EU-plan. De skal udpege de myndigheder, der indenfor rammerne af forordning (EU) 2016/679 skal føre tilsyn med overholdelsen af de bestemmelser om målretning, der er fastsat i denne forordning. Det Europæiske Databeskyttelsesråd og den sammenhængsmekanisme, der er oprettet i henhold til nævnte forordning, finder tilsvarende anvendelse.

Den foreslåede forordning vil hjælpe de nationale kompetente myndigheder til at udføre deres opgaver mere effektivt, navnlig hvad angår onlinereklame og grænseoverskridende reklame, ved at kræve, at der stilles oplysninger om politiske reklametjenester til deres rådighed.

Det er af afgørende betydning, at de kompetente myndigheder samarbejder om at udføre deres opgaver. De nationale valgnetværk, der er oprettet på grundlag af henstilling C(2018) 5949

final, indeholder en struktur for et sådant samarbejde mellem myndigheder på nationalt plan, samtidig med at beføjelserne hos hver myndighed, der er en del af dette netværk, respekteres.

Kommissionen vil bidrage til samarbejdet mellem myndighederne på EU-plan, herunder inden for rammerne af det europæiske valgsamarbejdsnetværk.

Dette vil understøtte fremkomsten af et europæisk reguleret og innovativt marked for politiske reklametjenester, som borgerne har tillid til, og som understøtter integriteten i den demokratiske proces.

- **Proportionalitetsprincippet**

Den foreslåede foranstaltnings indhold og form går ikke videre, end hvad der er nødvendigt for at nå målet om at sikre et velfungerende indre marked.

Forslaget bygger på eksisterende og kommende EU-retlige rammer, herunder forordning (EU) 2016/679 og retsakten om digitale tjenester, og er forholdsmæssigt og nødvendigt for at nå målene. De påtænkte foranstaltninger er nødvendige for at afhjælpe fragmenteringen af de relevante forskrifter.

Proportionaliteten af gennemsigtighedsforpligtelserne er blevet nøje overvejet og afspejles f.eks. i fastsættelsen af asymmetriske forpligtelser for forskellige typer udbydere af politiske reklametjenester. Andre muligheder såsom forbud mod levering af grænseoverskridende politiske reklametjenester eller målretning til politiske reklameformål i alle situationer, blev forkastet, da de ikke stod i et rimeligt forhold til de mål, der forfølges med denne forordning.

Med forslaget indføres begrænsede gennemsigtighedsforpligtelser for alle udbydere af politiske reklametjenester, der beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame, herunder til at føre fortegnelser over deres arbejde med den specifikke politiske reklame. Reklameudgivere, som er i direkte kontakt med borgerne, skal til gengæld overholde særlige gennemsigtighedsforpligtelser, herunder udarbejdelse og udgivelse af en gennemsigtighedsmeddelelse (*transparency notice*) for hver udgiven annonce. SMV'er er fritaget for periodisk rapportering om politisk reklame og har mulighed for at udpege en ekstern person som kontaktpunkt for interaktion med de kompetente nationale myndigheder. Kommissionen agter at lette de berørte virksomheders bestræbelser på at efterleve forordningens regler, idet den vil yde støtte til uddannelse, oplysningskampagner og andre foranstaltninger.

Operatørernes omkostninger står i et rimeligt forhold til de opnåede mål og de økonomiske og omdømmemæssige fordele, som operatørerne kan forvente af dette forslag. Hvis de hindringer, der skyldes manglende retssikkerhed og fragmentering, fjernes, vil det skabe grobund for europæiske virksomheder, der tilbyder politiske reklametjenester baseret på høje gennemsigtighedsstandarder, og gøre det muligt for eksisterende nationale virksomheder at ekspandere.

Begrænsningerne for målretning af politisk reklame står i et rimeligt forhold til forordningens mål, fordi deres anvendelsesområde er begrænset til udelukkende at omfatte de specifikke målrettede aktiviteter i den politiske kontekst, som man har konstateret udgør en betydelig risiko for den enkeltes grundlæggende rettigheder.

- **Valg af retsakt**

Artikel 114 og artikel 16 i TEUF giver lovgiver beføjelse til at vedtage forordninger og direktiver.

En forordning anses for at være det mest hensigtsmæssige retlige instrument til at fastlægge rammerne for gennemsigtighed i politisk reklame i Unionen. Valget af en forordning som retligt instrument er begrundet i behovet for en ensartet anvendelse af de nye regler såsom definitionen af politisk reklame og de gennemsigtighedsforpligtelser, som udbydere af politiske reklametjenester skal opfylde, når de udarbejder eller udbreder politisk reklame.

Den direkte anvendelighed af en forordning i overensstemmelse med artikel 288 i TEUF vil mindske den retlige fragmentering og skabe større retssikkerhed ved at fastlægge høje gennemsigtighedsstandarder for politisk reklame, hvilket vil skabe retssikkerhed for de relevante tjenesteudbydere og forhindre forskelle, der hæmmer den frie udveksling af relevante tjenesteydelser i det indre marked.

Ikke desto mindre griber bestemmelserne i den foreslåede forordning ikke ind i medlemslandenes beføjelser til at tilrettelægge valgprocessen, men giver branchen mulighed for at fastsætte standarder, der muliggør effektiv udgivelse og videregivelse af oplysninger i henhold til forordningen, og for at ensrette efterlevelsen og fremme innovation.

Hvad angår rammerne for specifikke målretningsteknikker, er anvendelsen af en forordning i overensstemmelse med forordning (EU) 2016/679, som selv er en forordning.

3. RESULTATER AF EFTERFØLGENDE EVALUERINGER, HØRINGER AF INTERESSEREDE PARTER OG KONSEKVENSANALYSER

- **Høringer af berørte parter**

Dette forslag er resultatet af en omfattende høring af interessenterne, hvor de generelle principper og minimumsstandarder for høring af interessenter blev anvendt af Kommissionen.

En høring om den indledende konsekvensanalyse, der blev offentliggjort den 26. januar 2021, ledte til oplysninger til brug definition af problemstillingen og de politiske løsningsmodeller. En offentlig høring fandt sted fra den 22. januar til den 2. april 2021. Høringen blev bekendtgjort på Kommissionens websted og via specifikke netværk.

Kommissionen afholdt møder med centrale interessenter for at tilvejebringe yderligere dokumentation og oplysninger om de specifikke problemer, som der tages fat på med initiativet, samt om den politiske tilgang og dens virkninger. Den gennemførte også målrettede bilaterale høringer og analyserede en lang række høringssvar og analyser, navnlig i forbindelse med udarbejdelsen af initiativet. Udarbejdelsen af den konsekvensanalyse, der ligger til grund for initiativet, blev støttet af en ekstern undersøgelse. Kontrahenten gennemførte en række individuelle høringer med centrale interessenter.

Der er **almindelig** enighed blandt interessenterne om, at der er behov for handling på EU-plan. Et stort flertal af interessenterne er enige i, at der er mangler i lovgivningen, eller at der er behov for ny lovgivning. Et begrænset antal gav udtryk for betænkeligheder, idet valgspørgsmål henhører under medlemslandenes kompetence.

Høringen viser, at flertallet af **borgerne** mener, at udgivere af politisk reklame bør opbevare visse grundlæggende oplysninger om dem, der placerer den type reklame.

Udbydere af politiske reklametjenester har navnlig anmodet om en fælles EU-definition, der gør det muligt for dem at afgøre, hvilke reklamer der er politiske, og en fælles tilgang til at fastsætte rimelige krav om mærkning af sponsoreret politisk reklame, herunder med hensyn til identiteten af annoncens sponsor. Udbyderne påpegede den usikkerhed og de omkostninger, der er forbundet med at finde frem til og overholde relevante gennemsigtighedsforpligtelser, når de tilbyder politiske reklametjenester på tværs af grænser eller i flere medlemsstater.

Civilsamfundsorganisationer støttede en særlig høj grad af gennemsigtighed inden for politisk reklame, herunder hvilke reklamer der vises til hvem, hvorfor og hvem der har betalt for dem. De mente ikke, at bløde foranstaltninger var tilstrækkelige i denne henseende. De anmodede også om, at der tages fat på spørgsmålet om målretning ud over gennemsigtighed.

Medlemsstaterne hilste initiativet velkomment og var enige i, at det er nødvendigt at regulere politisk reklame på EU-plan. Medlemsstaterne støttede også foranstaltninger, der vil øge forskernes adgang til mere information om politisk reklame. Medlemsstaterne fremhævede, at der er mangler i lovgivningen og håndhævelsen ved levering af politiske reklametjenester på tværs af grænserne.

Nogle **europæiske politiske partier** påpegede, at mærkningsforanstaltninger, der hjælper borgerne til at blive bevidst om, at de er genstand for politisk reklame, vil bidrage til at styrke det europæiske demokrati. De nærede især betænkelighed ved den måde, hvorpå den praksis, der blev forfulgt af nogle meget store onlineplatforme under det foregående valg til Europa-Parlamentet, havde en negativ indvirkning på deres aktiviteter på EU-plan/på tværs af grænserne.

- **Indhentning og brug af sagkyndig bistand**

Kommissionen har benyttet sig af en bred vifte af ekspertise i forbindelse med udarbejdelsen af dette forslag.

Det relevante arbejde i Rådet (herunder i de kompetente arbejdsgrupper) og i Europa-Parlamentet (herunder i udvalgene med ansvar for Konstitutionelle Anliggender og Retsudvalget, Udvalget om Borgernes Rettigheder og Retlige og Indre Anliggender og Det Særlige Udvalg om Udenlandsk Indblanding) har bidraget væsentligt til denne proces.

Ud over de høringer, der er beskrevet ovenfor, har Kommissionen deltaget i en række interessentmøder med spørgsmål, der er udarbejdet specifikt til hver kategori.

Den 18. marts 2021 drøftede Kommissionen initiativet med medlemsstaternes ekspert på et særligt møde om det hurtige varslingssystem. Der var deltagelse af repræsentanter for medlemsstaterne og for Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester. Fagfolk fra medlemsstaterne blev også hørt den 25. marts 2021 inden for rammerne af det europæiske valgsamarbejdsnetværk. Der blev også indhentet oplysninger fra medlemsstaternes bidrag på tidligere møder i dette netværk siden 2019, herunder i forbindelse med udarbejdelsen af en omfattende kortlægning af relevante nationale love og procedurer.

Endelig omfatter undersøgelsen til støtte for konsekvensanalysen en litteraturgennemgang, som viser, at der er ved at opstå akademisk konsensus om behovet for særlig gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame og kontrol med anvendelsen af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame (navnlig online).

Vejledning fra internationale standardiseringsorganer som Europarådet opfordrer også til særlig gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, herunder navnlig om sponsorering og finansiering, og når det er online, om den måde, den fremkommer på (f.eks. algoritmer, data).

- **Konsekvensanalyse**

I overensstemmelse med sin politik for bedre regulering har Kommissionen foretaget en konsekvensanalyse af dette forslag, som blev behandlet af Kommissionens Udvalg for Forskriftskontrol. Der blev afholdt et møde med Udvalget for Forskriftskontrol den 29. september 2021, som blev efterfulgt af en positiv udtalelse med forbehold. Konsekvensanalysen blev gennemgået yderligere for at tage hensyn til forbeholdet fra Udvalget for Forskriftskontrol.

Kommissionen undersøgte forskellige politiske løsningsmodeller for at nå det overordnede mål med forslaget, som er at sikre et velfungerende indre marked ved at fastsætte regler for en høj grad af gennemsigtighed for politisk reklame og relaterede tjenester og regler for anvendelse af målretning i forbindelse med udbredelse af politisk reklame.

To politiske løsningsmodeller med forskellige grader af regulerende indgreb blev vurderet:

- Model 1: Begrænsede foranstaltninger til fremme af gennemsigtighed og til håndtering af problemer med målretning
- Model 2: Foranstaltninger til harmonisering af gennemsigtigheden og til håndtering af problemer med målretning. Denne løsningsmodel omfattede to delløsninger vedrørende målretning.

Ifølge Kommissionens sædvanlige fremgangsmåde blev hver løsningsmodel vurderet for så vidt angår dens økonomiske og samfundsmæssige virkninger og virkninger på de grundlæggende rettigheder. Den foretrukne løsningsmodel var løsningsmodel 2 og delløsning 2 for anvendelse af målretning, da disse bedst opfylder de overordnede mål for initiativet og vil skabe en sammenhængende og forholdsmæssig ramme for politisk reklame i EU.

Ved at præcisere og harmonisere reglerne om opbevaring og tilvejebringelse af oplysninger i forbindelse med politisk reklame med henblik på tilsyn og ansvarlighed fjernes hovedårsagen til efterlevelsesomkostningerne i forbindelse med levering af tjenester i flere medlemsstater og på tværs af grænserne. Det vil desuden skabe retlig forudsigelighed for formidlingstjenester, der er aktive i flere medlemsstater, hvilket vil bidrage til et velfungerende indre marked. Dette vil også forbedre retsvirkningen af lovgivningen og fjerne grundlaget for den nationale markedssegmentering og dermed øge mulighederne for at udvikle grænseoverskridende tjenester. Fordelen ved fragmenteringen af lovgivningen for udbydere af politiske reklametjenester for annoncer online i forhold til offlinemedier vil blive mindsket. Konsekvenserne for SMV'er begrænses af en skræddersyet forpligtelse til periodisk rapportering om politisk reklame og ved at give dem mulighed for at udpege en ekstern person som kontaktpunkt for kommunikationen med de kompetente nationale myndigheder.

Foranstaltningerne vedrørende målretning vil afhjælpe de problematiske målretningsteknikker og samtidig sikre, at de anvendes på en måde, der tilskynder til god praksis.

Delløsning 2 omfattede et betinget forbud mod målretning, men hensigten var, at delløsningerne skulle kunne kombineres. Et ubetinget forbud mod målretning på grundlag af særlige kategorier af personoplysninger blev dog anset for at være mere effektivt og er derfor medtaget i dette forslag. Forbuddet mod målretning på grundlag af særlige kategorier af personoplysninger har ligeledes støtte fra de interessenter, der blev hørt under udarbejdelsen af konsekvensanalysen.

Skræddersyede restriktioner ville begrænse adgangen til at målrette tjenester i forbindelse med udbredelse af politisk reklame. Dette ville blive opvejet af mulighederne for udbydere af politiske reklametjenester som følge af øget tillid blandt borgere og lovgivere til fremgangsmåden og af større retssikkerhed og efterlevelse af forskrifterne i forbindelse med anvendelsen af disse tjenester i politisk sammenhæng.

Harmoniseret gennemsigtighed og bestemte begrænsninger vil mindske omfanget af problematiske målretningsteknikker såsom den uautentiske forstærkning af visse annoncer eller dem, der blev afsløret i *Cambridge Analytica*-skandalen. Disse foranstaltninger burde øge tilliden til brugen af politiske annoncer og mere generelt til den politiske debat og valgprocessens integritet. Det vil bidrage til, at EU's valgsystem bliver mere modstandsdygtigt over for manipulation af oplysninger og indblanding.

- **Målrettet regulering og forenkling**

Fordelen ved at harmonisere reglerne om gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame er navnlig, at det vil skabe retssikkerhed i hele EU, fjerne de ekstraomkostninger, der er forbundet med at levere tjenester på tværs af grænserne, og mindske risikoen for manglende efterlevelse af forskrifterne. Alle udbydere af politiske reklametjenester forventes at kunne opnå omkostningsbesparelser, når de tilbyder tjenester inden for en fælles ramme for politisk reklame.

SMV'er vil få gavn af de foreslåede foranstaltninger, da de lettere vil kunne tilbyde deres tjenester i det indre marked. Forslaget indeholder særlige undtagelser for SMV'er for at reducere deres efterlevelsesomkostninger.

Forslaget indeholder et fælles sæt regler, der ikke giver anledning til forskelsbehandling mellem online og offline-aktiviteter, og behandler spørgsmål, som er opstået som en konsekvens af den nuværende situation, hvor de gældende regler er skræddersyet til offlineaktiviteter med mangler og smuthuller til følge. Kommissionen har med forordningen til hensigt at sikre, at kravene om en høj grad af gennemsigtighed gælder for såvel offline- som onlinemetoder til formidling af politiske budskaber.

- **Grundlæggende rettigheder**

Alle foranstaltninger i dette forslag har en positiv indvirkning på de grundlæggende rettigheder og forventes ikke at få nogen væsentlig negativ indvirkning på dem.

Grundlæggende friheder og grundlæggende rettigheder må kun begrænses, hvis de er begrundet i et lovligt alment hensyn, og kun på betingelse af, at begrænsningen står i et rimeligt forhold til det mål, der forfølges med den. Garantien for gennemsigtighed, retfærdighed og lige muligheder i valgprocessen og den grundlæggende ret til at blive informeret på en objektiv, gennemsigtig og pluralistisk måde udgør et tvingende alment hensyn.

Med dette forslag indføres der begrænsede indskrænkninger af ytrings- og informationsfriheden (artikel 11 i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder), retten til privatliv (artikel 7) og retten til beskyttelse af personoplysninger (artikel 8). Disse begrænsninger står i et rimeligt forhold til formålet og er begrænset til det nødvendige minimum.

Med hensyn til ytringsfriheden reguleres afgørelsen om udgivelse og udbredelse af politisk reklame som sådan samt deres indhold fortsat på grundlag af relevant national lovgivning og

EU-retten. Ud over kravene om gennemsigtighed griber initiativet ikke ind i det materielle indhold i politiske budskaber. Selv om en begrænsning af målretningsteknikker kan påvirke ytringsfriheden, vil denne indvirkning være forholdsmæssig, hvis den begrænses i omfang, og den vil opvejes af positive virkninger for andre grundlæggende rettigheder, herunder den ringere mulighed for manipulation af den demokratiske debat samt retten til at blive informeret på en objektiv, gennemsigtig og pluralistisk måde. Den øgede gennemsigtighed og de skærpede betingelser og begrænsninger med hensyn til målretning bør gavne retten til databeskyttelse og privatlivets fred for de personer, som denne type reklame rettes mod. Foranstaltninger, der kan være med til at identificere en fysisk person som sponsor for en politisk reklame og det beløb, der er brugt, sammen med værdien af andre ydelser, der helt eller delvist er modtaget for en annonce, påvirker beskyttelsen af personoplysninger og skal stå i et rimeligt forhold til det tilstræbte politiske mål: at sikre, at enkeltpersoner, der deltager i den politiske debat, bruger politisk reklame på en gennemsigtig måde. Indvirkningen på disse rettigheder er begrundet i den generelt positive indvirkning på demokratiet og valgrettighederne.

I tilfælde, hvor dette initiativ kræver meget store onlineplatforme for at lette adgangen til data for interesserede aktører, vil sådanne foranstaltninger ikke give mulighed for undtagelser fra EU's databeskyttelseslovgivning. Kun relevante data bør gøres tilgængelige for interessenter, herunder med henblik på forskning i forskellige former for praksis, der påvirker den demokratiske debat og valg eller folkeafstemninger.

Dette initiativ skal støtte udøvelsen af valgrettigheder og støtte frie og retfærdige valg og en retfærdig demokratisk debat ved at fremme gennemsigtig grænseoverskridende politisk reklame, idet et højt niveau af beskyttelse af rettigheder sikres, herunder med hensyn til beskyttelse af personoplysninger, og desuden skal det sikres, at borgerne er i stand til at træffe informerede politiske valg uden manipulation eller tvang. Desuden er begrænsningerne for målretningspraksis i overensstemmelse med og har en positiv indvirkning på valgrettighederne som beskyttet af internationale standarder.

Endelig vil dette forslag også støtte udbydere af politiske reklametjenester i udøvelsen af deres frihed til at oprette og drive egen virksomhed i henhold til chartrets artikel 16.

4. VIRKNINGER FOR BUDGETTET

Det forventes ikke, at dette initiativ vil få virkninger for budgettet.

5. ANDRE FORHOLD

- **Planer for gennemførelsen og foranstaltninger til overvågning, evaluering og rapportering**

Kommissionen vil vurdere gennemførelsen af initiativet efter hvert valg til Europa-Parlamentet på grundlag af en særlig undersøgelse, der foretages af en specialiseret kontrahent. Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet bør Kommissionen udgive en rapport, hvorved gennemførelsen af denne forordning, herunder aspekter, der rækker ud over valget til Europa-Parlamentet, evalueres.

- **Nærmere redegørelse for de enkelte bestemmelser i forslaget (tjek krydsreferencer)**

Kapitel I indeholder de almindelige bestemmelser, herunder genstand og anvendelsesområde (artikel 1), definitionerne af de vigtigste begreber, der anvendes i forordningen (artikel 2), og harmoniseringsniveauet for sådanne foranstaltninger (artikel 3).

Kapitel II indeholder bestemmelser om gennemsigtighedsforpligtelser i forbindelse med betalt politisk reklame. I forslaget fastsættes foranstaltninger, der finder anvendelse på alle udbydere af politiske reklametjenester, som beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse af politisk reklame. Der indføres navnlig et krav om gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame (artikel 4), en forpligtelse til at identificere politisk reklame (artikel 5) og en forpligtelse til at registrere og videregive oplysninger til reklameudgivere (artikel 6).

I dette kapitel fastsættes der endvidere forpligtelser, der kun gælder for reklameudgivere, ud over forpligtelserne i artikel 4, 5 og 6. Reklameudgivere skal sikre, at enhver annonce ledsages af en klar erklæring om, at den er af politisk karakter, angive sponsorens navn og stille oplysninger til rådighed, som gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce indgår i, og dens formål (artikel 7). Reklameudgivere offentliggør hvert år oplysninger om udgifterne til eller værdien af andre ydelser, der helt eller delvist er modtaget for de tjenester, de har leveret i forbindelse med politisk reklame (artikel 8). De skal indføre brugervenlige mekanismer, der gør det muligt for borgerne at underrette dem om annoncer, der ikke opfylder de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning (artikel 9).

Udbydere af politiske reklametjenester videregiver de relevante oplysninger til de kompetente myndigheder (artikel 10) og til andre berørte enheder (artikel 11).

I kapitel III reguleres anvendelsen af målretnings- eller forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger til politiske reklameformål. Når der er tale om følsomme oplysninger, gælder der et forbud, hvortil der er knyttet særlige undtagelser. Dataansvarlige, der gør brug af disse teknikker til politiske reklameformål, skal endvidere formulere og gennemføre en intern politik, registrere og fremlægge oplysninger, der gør det muligt for de pågældende personer at forstå logikken bag og de vigtigste parametre i den anvendte målretning, og inddragelsen af tredjepartsdata og yderligere analyseteknikker (artikel 12). Artikel 12 indeholder yderligere krav til reklameudgivere. Dataansvarlige inden for anvendelsesområdet for artikel 13 træffer passende foranstaltninger for at kunne videregive oplysningerne til berørte enheder (artikel 13).

Kapitel IV indeholder bestemmelser om tilsyn med og håndhævelse af denne forordning. Der fastsættes en forpligtelse for tjenesteudbydere af politiske reklametjenester, som ikke er etableret i Unionen, til at udpege en retlig repræsentant i en af de medlemsstater, hvor de leverer deres tjenesteydelser (artikel 14). Det fastsættes, hvilke myndigheder der har til opgave at føre tilsyn med og håndhæve specifikke foranstaltninger, der er fastsat i denne forordning. Det henstilles til medlemsstaterne, at de sikrer samarbejde mellem de relevante kompetente myndigheder. De forpligter sig til at udpege kontaktpunkter med henblik på anvendelsen af denne forordning, og det pålægges medlemsstaterne at træffe passende foranstaltninger til at sikre udveksling af oplysninger mellem dem (artikel 15). Medlemsstaterne skal fastsætte regler om sanktioner for overtrædelse af de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning (artikel 16). I samme kapitel fastsættes der også en forpligtelse for medlemsstaterne til at offentliggøre datoerne for nationale valgperioder på et let tilgængeligt sted (artikel 17).

Kapitel V indeholder yderligere afsluttende bestemmelser såsom evaluerings- og revisionsklausulen (artikel 18) og muligheden for at vedtage delegerede retsakter (artikel 19). Endelig præciseres forordningens ikrafttræden og anvendelsesdato i den sidste bestemmelse i kapitlet (artikel 20).

2021/0381 (COD)

Forslag til

EUROPA-PARLAMENTETS OG RÅDETS FORORDNING

om gennemsigtighed og målretning i forbindelse med politisk reklame

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 16 og 114,

under henvisning til forslag fra Europa-Kommissionen,

efter fremsendelse af udkast til lovgivningsmæssig retsakt til de nationale parlamenter,

under henvisning til udtalelse fra Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg[9],

under henvisning til udtalelse fra Regionsudvalget[10],

efter den almindelige lovgivningsprocedure, og

ud fra følgende betragtninger:

(1) Udbuddet af og efterspørgslen efter politisk reklame er stigende og har stadig oftere grænseoverskridende karakter. Et stort og stigende antal forskelligartede tjenester er forbundet med denne aktivitet, f.eks. politiske konsulentfirmaer, reklamebureauer, platforme for annonceringsteknologi, PR-virksomheder, influencere og diverse dataanalyse- og mæglervirksomheder. Politisk reklame kan optræde i mange former, herunder med betalt indhold, sponsorerede søgeresultater, betalte målrettede budskaber, promovering i rangordningen, promovering af noget eller nogen, der er integreret i indholdet såsom produktplacering, influencere og andre anbefalinger. Relaterede aktiviteter kan f.eks. omfatte udbredelse af politisk reklame på en sponsors anmodning eller udgivelse af indhold mod betaling.

(2) Politisk reklame kan udbredes eller udgives på tværs af grænserne på forskellige måder og ved hjælp af forskellige medier. Det kan udbredes eller udgives via traditionelle offlinemedier såsom aviser, TV og radio og også i stigende grad via onlineplatforme, websteder, mobilapplikationer, computerspil og andre digitale grænseflader. Sidstnævnte er ikke kun særligt egnede til at blive udbudt på tværs af grænserne, men medfører også nye og vanskelige udfordringer i relation til regulering og håndhævelse. Brugen af politisk reklame online er stærkt stigende, og visse lineære former for politisk reklame offline såsom radio og TV udbydes også online som on demand-tjenester. Der er en tendens til, at politiske reklamekampagner organiseres ved brug af en række forskellige medier og udtryksformer.

9 EUT C af , s. .

10 EUT C af , s. .

(3) Da reklame, herunder politisk reklame, normalt udføres mod betaling, udgør dette en tjenesteydelse som omhandlet i artikel 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde ("TEUF"). I erklæring nr. 22 om handicappede, der er knyttet som bilag til Amsterdamtraktaten, vedtog man på konferencen mellem repræsentanterne for medlemsstaternes regeringer, at Unionens institutioner i forbindelse med udarbejdelsen af foranstaltninger i henhold til artikel 114 i TEUF skal tage hensyn til behovene hos personer med handicap.

(4) Behovet for at sikre gennemsigtighed er et berettiget formål i samfundets interesse, der er i overensstemmelse med de værdier, som EU og medlemsstaterne deler, jf. artikel 2 i traktaten om Den Europæiske Union ("TEU"). Det er ikke altid let for borgerne at genkende politisk reklame og udøve deres demokratiske rettigheder på et oplyst grundlag. En høj grad af gennemsigtighed er nødvendig, bl.a. for at understøtte en åben og fair politisk debat og frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og for at bekæmpe desinformation og ulovlig indblanding, herunder fra tredjelande. Politisk reklame kan ligge til grund for desinformation, navnlig hvis dens politiske karakter ikke afsløres i reklamen samt i tilfælde, hvor reklamen er målrettet. Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bidrager til i højere grad at gøre vælgerne i stand til at forstå, hvornår de står over for en politisk reklame, på hvis vegne den pågældende reklame er lavet, og hvordan de målrettes af en reklametjenesteudbyder, således at vælgerne er bedre rustet til at træffe et kvalificeret valg.

(5) I forbindelse med politisk reklame anvendes der ofte målretningsteknikker. Målretnings- eller forstærkningsteknikker skal forstås som teknikker, der enten anvendes til at rette en skræddersyet politisk reklame udelukkende mod en bestemt person eller en gruppe af personer eller til at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk reklame. I betragtning af magten til og potentialet for misbrug af personoplysninger i forbindelse med målretning, herunder gennem mikromålretning og andre avancerede teknikker, kan sådanne teknikker udgøre en særlig trussel mod legitime samfundsmæssige interesser såsom retfærdighed, ligestilling og gennemsigtighed i valgprocessen samt den grundlæggende ret til at blive informeret på en objektiv, gennemsigtig og pluralistisk måde.

(6) Politisk reklame reguleres i øjeblikket på forskellige måder i medlemsstaterne, som i mange tilfælde har en tendens til at fokusere på traditionelle medieformer. Der findes specifikke restriktioner, herunder for grænseoverskridende levering af politiske reklametjenester. Nogle medlemsstater forbyder EU-tjenesteudbydere, der er etableret i andre medlemsstater, at levere tjenester af politisk karakter eller med et politisk formål i valgperioder. Samtidig er der sandsynligvis mangler og smuthuller i nogle medlemsstaters nationale lovgivning, hvilket kan føre til, at politisk reklame undertiden udbredes uden hensyn til relevante nationale regler og dermed risikerer at være til skade for målet om gennemsigtighed i reguleringen af politisk reklamevirksomhed.

(7) For at skabe større gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame, herunder for at imødekomme borgernes bekymringer, har nogle medlemsstater allerede undersøgt eller overvejer yderligere foranstaltninger for at sikre gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame og støtte en fair politisk debat samt frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger. Disse nationale foranstaltninger overvejes navnlig for reklame, der udgives og udbredes online, og kan omfatte yderligere forbud. Foranstaltningerne varierer fra bløde til bindende foranstaltninger og indebærer forskellige elementer af gennemsigtighed.

(8) Denne situation fører til fragmentering af det indre marked, mindsker retssikkerheden for udbydere af politiske reklametjenester, der udarbejder, placerer, udgiver eller formidler politisk reklame, skaber hindringer for den frie bevægelighed for relaterede tjenesteydelser, forvrider konkurrencen i det indre marked, herunder mellem offline- og onlinetjenesteudbydere, og den kræver en kompliceret indsats for overholdelse samt yderligere omkostninger for relevante tjenesteudbydere.

(9) I denne forbindelse er det sandsynligt, at leverandører af politiske reklametjenester afskrækkes fra at udbyde deres politiske reklametjenester i grænseoverskridende situationer. Dette gælder især mikrovirksomheder og SMV'er, som i mange tilfælde ikke har ressourcer til at absorbere eller overvælte de høje efterlevelsesomkostninger på senere led i forbindelse med udarbejdelse, placering, udgivelse eller udbredelse af politisk reklame i mere end én medlemsstat. Dette begrænser tilgængeligheden af tjenester og har en negativ indvirkning på tjenesteudbydernes mulighed for at innovere og tilbyde multimediekampagner og multinationale kampagner i det indre marked.

(10) Der bør derfor sikres en konsekvent og høj grad af gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame i hele Unionen, når der leveres politiske reklametjenester, samtidig med at forskelle, der hæmmer den frie bevægelighed for relaterede tjenester i det indre marked, bør forhindres ved at indføre ensartede gennemsigtighedsforpligtelser for udbydere af politiske reklametjenester, som skal sikre ensartet beskyttelse af rettigheder for personer og tilsyn i hele det indre marked på grundlag af artikel 114 i TEUF.

(11) Medlemsstaterne må ikke i national ret opretholde eller indføre bestemmelser, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning, navnlig strengere eller lempeligere bestemmelser, for at sikre et andet gennemsigtighedsniveau for så vidt angår politisk reklame. Fuld harmonisering af gennemsigtighedskravene til politisk reklame øger retssikkerheden og mindsker fragmenteringen af de forpligtelser, som tjenesteudbydere skal opfylde i forbindelse med politisk reklame.

(12) Fuld harmonisering af gennemsigtighedskravene bør ikke berøre friheden for udbydere af politiske reklametjenester til på frivillig basis at give yderligere oplysninger om politisk reklame som en del af ytringsfriheden, der er beskyttet i artikel 11 i chartret om grundlæggende rettigheder.

(13) Denne forordning bør ikke berøre det materielle indhold i politisk reklame eller regler om visning af politisk reklame, herunder såkaldte tavshedsperioder forud for valg eller folkeafstemninger.

(14) Forordningen bør indeholde harmoniserede gennemsigtighedskrav, der gælder for økonomiske aktører, der udbyder politisk reklame og relaterede tjenester (dvs. aktiviteter, der normalt udføres mod betaling). Disse tjenester består navnlig i udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame. Reglerne i denne forordning, som skal sikre en høj grad af gennemsigtighed i politiske reklametjenester, bygger på artikel 114 i TEUF. Denne forordning bør også omhandle anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med udgivelse, udbredelse eller promovering af politisk reklame, der omfatter behandling af personoplysninger. De regler i denne forordning, der omhandler anvendelsen af målretning og forstærkning, er baseret på artikel 16 i TEUF. Politisk reklame rettet mod enkeltpersoner i en medlemsstat bør omfatte politisk reklame, der udelukkende er udarbejdet, placeret eller udgivet af tjenesteudbydere, som er etableret uden for Unionen, men som formidles til enkeltpersoner i Unionen. For at afgøre, om en politisk reklame er målrettet enkeltpersoner i en medlemsstat, bør der tages hensyn til

faktorer, der knytter den til den pågældende medlemsstat, herunder sprog, sammenhæng, formålet med reklamen og dens udbredelsesmetoder.

(15) Der findes ingen eksisterende definition af politisk reklame eller politisk annonce på EU-plan. Der er behov for en fælles definition for at fastlægge anvendelsesområdet for de harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser og regler om målretning og forstærkning. Denne definition bør dække de mange former, som politisk reklame kan antage, og alle midler og former for udgivelse eller udbredelse inden for Unionen, uanset om kilden befinder sig i Unionen eller i et tredjeland.

(16) Definitionen af politisk reklame bør omfatte reklame, der udgives eller udbredes direkte eller indirekte af eller udgives eller udbredes direkte eller indirekte for eller på vegne af en politisk aktør. Da reklame fra, for eller på vegne af en politisk aktør ikke kan adskilles fra deres aktiviteter i deres rolle som politisk aktør, formodes de at kunne påvirke den politiske debat, bortset fra budskaber af udelukkende privat eller kommerciel karakter.

(17) Andre aktørers udgivelse eller udbredelse af et budskab, der kan påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, lovgivningsprocessen eller stemmeadfærden, bør også udgøre politisk reklame. For at afgøre om udgivelse eller udbredelse af et budskab kan påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, lovgivningsprocessen eller stemmeadfærden, bør der tages hensyn til alle relevante faktorer såsom budskabets indhold, det sprog, der anvendes til at formidle budskabet, den sammenhæng, hvori budskabet formidles, formålet med budskabet og den måde, hvorpå budskabet udgives eller udbredes. Budskaber om samfundsmæssige eller kontroversielle spørgsmål kan i det konkrete tilfælde påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, lovgivningsprocessen eller stemmeadfærden.

(18) Praktiske oplysninger fra officielle kilder om tilrettelæggelsen af og vilkårene for deltagelse i valg eller folkeafstemninger bør ikke udgøre politisk reklame.

(19) Politiske synspunkter, som kommer til udtryk i programmer for lineære audiovisuelle udsendelser eller som er udgivet i trykte medier uden direkte betaling eller tilsvarende betaling, bør ikke omfattes af denne forordning.

(20) Ved valg forstås i denne forordning valg til Europa-Parlamentet samt alle valg eller folkeafstemninger, der afholdes på nationalt, regionalt og lokalt plan i medlemsstaterne, samt valg til et politisk partis ledelse. Forordningen bør ikke omhandle andre former for valg såsom afstemninger, der afholdes i privat regi.

(21) Det er nødvendigt at definere politisk annonce som et konkret tilfælde af politisk reklame. Reklamer omfatter de metoder, der anvendes til at formidle reklamebudskabet, herunder på tryk, via radio- og TV-medier eller via onlineplatformstjenester.

(22) Politiske aktører som omhandlet i denne forordning bør henvise til begreber, der er defineret i EU-retten og i national ret i overensstemmelse med internationale retsforskrifter såsom Europarådets. Begrebet politiske partier bør omfatte deres tilknyttede organer og underordnede organer, som er etableret med eller uden status som juridisk person med henblik på at støtte dem eller forfølge deres mål, f.eks. ved at gå i dialog med en bestemt gruppe af vælgere eller med henblik på et særligt valgformål.

(23) Begrebet politiske aktører bør også omfatte ikkefolkevalgte embedsmænd, folkevalgte, kandidater og medlemmer af regeringer på europæisk, nationalt, regionalt eller lokalt plan. Andre politiske organisationer bør også medtages i denne definition.

(24) En politisk reklamekampagne skal forstås som udarbejdelse, udgivelse og udbredelse af en række sammenhængende reklamer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame på grundlag af fælles udarbejdelse, sponsorering og finansiering. Dette bør omfatte udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af en reklame eller udgaver af en reklame på forskellige medier og på forskellige tidspunkter inden for samme valgcyklus.

(25) Definitionen af politisk reklame bør ikke berøre nationale definitioner af politiske partier, politiske mål eller valgkampagner på nationalt plan.

(26) For at dække den brede vifte af relevante tjenesteudbydere, der er knyttet til politiske reklametjenester, bør udbydere af politiske reklametjenester forstås således, at de omfatter udbydere, der beskæftiger sig med udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse og udbredelse af politisk reklame.

(27) Begrebet politiske reklametjenester bør ikke omfatte budskaber, der udveksles mellem enkeltindivider i deres egenskab af privatpersoner. Enkeltindivider bør ikke anses for at handle i deres egenskab af privatperson, hvis de er ophavsmand til budskaber, hvis udbredelse eller udgivelse betales af en anden.

(28) Når det er konstateret, at en reklame er en politisk reklame, bør dette klart angives over for andre tjenesteudbydere, der er involveret i de politiske reklametjenester. Når en reklame er klassificeret som politisk reklame, skal den videre udbredelse heraf desuden stadig opfylde gennemsigtighedskravene. Når sponsoreret indhold f.eks. deles mellem personer på almindelig vis, bør reklamen stadig kategoriseres som politisk reklame.

(29) De regler om gennemsigtighed, som er fastsat i denne forordning, bør kun finde anvendelse på politiske reklametjenester, dvs. politisk reklame, der normalt udbydes mod betaling, hvilket kan omfatte en naturalydelse. Gennemsigtighedskravene bør ikke finde anvendelse på indhold, der uploades af en bruger af en onlineformidlingstjeneste, såsom en onlineplatform, og udbredes af onlineformidlingstjenesten uden at tage hensyn til placering, udgivelse eller udbredelse af det specifikke budskab, medmindre brugeren er blevet aflønnet af andre for den politiske reklame.

(30) Gennemsigtighedskravene bør heller ikke finde anvendelse på udveksling af oplysninger via elektroniske kommunikationstjenester såsom elektroniske meddelelsestjenester eller telefonsamtaler, så længe det ikke indebærer nogen politisk reklametjeneste.

(31) Ytringsfriheden som er beskyttet ved artikel 11 i chartret om grundlæggende rettigheder omfatter en persons ret til at have politiske meninger, modtage og meddele politiske oplysninger og dele politiske tanker. Enhver begrænsning heraf skal være i overensstemmelse med artikel 52 i chartret om grundlæggende rettigheder, og denne frihed kan gøres til genstand for ændringer og begrænsninger, hvis de er begrundet i legitime samfundsmæssige hensyn og er i overensstemmelse med EU-rettens almindelige principper om eksempelvis proportionalitet og retssikkerhed. Dette er bl.a. tilfældet, når de politiske idéer formidles via udbydere af reklametjenester.

(32) For så vidt angår onlineformidlere finder forordning (EU) 2021/XX [retsakten om digitale tjenester] anvendelse på politiske annoncer, der udgives eller udbredes af onlineformidlere gennem horisontale regler, der finder anvendelse på alle former for onlinereklame, herunder kommercielle og politiske annoncer. De gennemsigtighedskrav, der er fastsat for reklameudgivere, der er omfattet af

anvendelsesområdet for forordning (EU) 2021/XX [retsakten om digitale tjenester], navnlig meget store platforme, bør detaljeres yderligere på grundlag af den i denne forordning fastsatte definition af politisk reklame. Dette gælder især oplysninger om finansiering af politiske annoncer. Kravene i denne forordning berører ikke bestemmelserne i retsakten om digitale tjenester, herunder hvad angår risikovurderings- og risikobegrænsningsforpligtelser for meget store onlineplatforme i forbindelse med deres reklamesystemer.

(33) Udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen og udbredelsen af politisk reklame kan omfatte en kompleks kæde af tjenesteudbydere. Dette er særlig tilfældet, hvis valget af reklameindhold, valget af målretningskriterier, leveringen af data, der anvendes til målretning af en annonce, bestemmelserne om målretningsteknikker, leveringen af en annonce og udbredelsen heraf kan være kontrolleret af forskellige tjenesteudbydere. F.eks. kan automatiserede tjenester støtte matching af profilen af brugeren af en grænseflade med det reklameindhold, der leveres, ved hjælp af personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra brugeren af tjenesten og ud fra brugernes onlineadfærd og afledte data.

(34) I betragtning af betydningen af navnlig at sikre effektiviteten af gennemsigtighedskravene, bl.a. for at lette tilsynet med overholdelsen af dem, bør udbydere af politiske reklametjenester sikre, at de relevante oplysninger, som de indsamler i forbindelse med leveringen af deres tjenester, herunder angivelse af, at en annonce er politisk, formidles til den politiske reklameudgiver, som offentliggør den politiske annonce. For at støtte en effektiv gennemførelse af dette krav og en rettidig og nøjagtig formidling af disse oplysninger bør udbydere af politiske reklametjenester berede sig på at støtte en automatiseret videregivelse af oplysninger mellem udbydere af politiske reklametjenester.

(35) I situationer, hvor der som følge af en kunstig kommerciel eller aftalt konstruktion er fare for, at de i forordningen fastsatte gennemsigtighedsforpligtelser omgås, bør disse forpligtelser finde anvendelse på den eller de enheder, der rent faktisk leverer reklametjenesten.

(36) Der kan også indføres en effektiv mekanisme, der gør det muligt for enkeltpersoner at angive, at en politisk annonce er politisk, samt træffes effektive foranstaltninger som reaktion på sådanne angivelser.

(37) Selv om der fastsættes specifikke krav, bør ingen af de forpligtelser, der fastsat i denne forordning, forstås således, at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig tilsynsforpligtelse for så vidt angår politisk indhold, der deles af fysiske eller juridiske personer, eller at de pålægger udbydere af formidlingstjenester en almindelig forpligtelse til at træffe proaktive foranstaltninger i forbindelse med ulovligt indhold eller ulovlige aktiviteter, som disse udbydere videregiver eller lagrer.

(38) Gennemsigtighed i forbindelse med politisk reklame bør give borgerne mulighed for at forstå, at de har med en politisk annonce at gøre. Politiske reklameudgivere bør sikre, at der i forbindelse med hver politisk annonce offentliggøres en klar erklæring om, at der er tale om en politisk annonce, samt oplysninger om sponsors identitet. Hvis det er relevant, kan sponsors navn omfatte et politisk logo. Politiske reklameudgivere bør gøre brug af mærkning, der fungerer efter hensigten, under hensyntagen til udviklingen inden for relevant videnskabelig forskning og bedste praksis for så vidt angår gennemsigtighed ved hjælp af mærkning af reklamer. De bør også sikre, at der i forbindelse med hver politisk annonce offentliggøres oplysninger, der gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce og dens mål indgår i, og

som enten kan være omfattet af selve annoncen eller formidles af udgiveren på dennes websted via et link eller en tilsvarende klar og brugervenlig henvisning, der indgår i annoncen.

(39) Disse oplysninger bør angives i en gennemsigtighedsmeddelelse, der også bør omfatte sponsors identitet, med henblik på at støtte ansvarligheden i den politiske proces. Det bør klart angives, hvor sponsoren er etableret, og hvorvidt sponsoren er en fysisk eller juridisk person. Personoplysninger om enkeltpersoner, der er involveret i politisk reklame, og som ikke har forbindelse til sponsoren eller en anden involveret politisk aktør, bør ikke angives i gennemsigtighedsmeddelelsen. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør også indeholde oplysninger om udbredelsesperioden, ethvert dermed forbundet valg, udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist for den specifikke annonce samt for hele reklamekampagnen, kilden til de anvendte midler og andre oplysninger til sikring af en rimelig udbredelse af den politiske annonce. Oplysninger om kilden til de anvendte midler vedrører f.eks. deres offentlige eller private oprindelse, og hvorvidt den har oprindelse i eller uden for Den Europæiske Union. Oplysninger om tilknyttede valg eller folkeafstemninger bør så vidt muligt omfatte et link til oplysninger fra officielle kilder om afholdelsen af og bestemmelserne for deltagelse eller fremme af deltagelse i de pågældende valg eller folkeafstemninger. Gennemsigtighedsmeddelelsen bør endvidere indeholde oplysninger om, hvordan politiske annoncer anmeldes i overensstemmelse med den procedure, der er fastsat i denne forordning. Dette krav bør ikke berøre bestemmelserne om anmeldelse i henhold til artikel 14, 15 og 19 i forordning (EU) 2021/XXX [retsakten om digitale tjenester].

(40) De oplysninger, der skal indgå i gennemsigtighedsmeddelelsen, bør fremgå af selve annoncen eller være let at finde på basis af en angivelse i annoncen. Kravet om, at oplysningerne om gennemsigtighedsmeddelelsen bl.a. skal være klart synlige, bør indebære, at de indtager en fremtrædende plads i eller sammen med annoncen. Kravet om, at de oplysninger, der offentliggøres i gennemsigtighedsmeddelelsen, skal være let tilgængelige, maskinlæsbare, hvis det er teknisk muligt, og brugervenlige bør medføre, at behovene hos personer med handicap imødekommes. Bilag I til direktiv (EU) 2019/882 (den europæiske retsakt om tilgængelighed) omfatter tilgængelighedskrav for oplysninger, herunder digitale oplysninger, der bør anvendes for at gøre politiske oplysninger tilgængelige for personer med handicap.

(41) Gennemsigtighedsmeddelelser bør udformes med henblik på at øge brugernes bevidsthed og bidrage til en klar identifikation af den politiske annonce som værende en sådan. De bør udformes således, at de fastholdes eller forbliver tilgængelige i tilfælde af, at en politisk annonce udbredes yderligere, f.eks. på en anden platform eller mellem enkeltpersoner. Oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen bør offentliggøres, når udgivelsen af de politiske annoncer påbegyndes, og opbevares i en periode på et år efter den sidste udgivelse. De opbevarede oplysninger bør også omfatte oplysninger om politisk reklame, som blev indstillet eller fjernet af udgiveren.

(42) Eftersom politiske reklameudgivere formidler politiske annoncer til offentligheden, bør de offentliggøre eller udbrede disse oplysninger til offentligheden sammen med udgivelsen eller udbredelsen af den politiske annonce. Politiske reklameudgivere bør ikke formidle politiske annoncer, der ikke opfylder gennemsigtighedskravene i denne forordning, til offentligheden. Desuden bør politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme, jf. forordning (EU) 2021/XXX [retsakten om digitale tjenester], formidle oplysningerne i gennemsigtighedsmeddelelsen via de databaser med annoncer, der offentliggøres i henhold til artikel 30 i nævnte forordning [retsakten om

digitale tjenester]. Dette vil lette det arbejde, der udføres af berørte aktører, herunder forskere, i deres særlige rolle, når det kommer til at støtte frie og retfærdige valg eller folkeafstemninger og fair valgkampagner, bl.a. ved nøje at undersøge sponsorerne af politiske annoncer og analysere det politiske annoncemiljø.

(43) I tilfælde, hvor udbyderen af den politiske reklametjeneste, der stiller kapacitet til rådighed for eller på anden måde lagrer og leverer indholdet af en politisk annonce, er forskellig fra udbyderen af den politiske reklametjeneste, som kontrollerer webstedet eller en anden grænseflade, der i sidste ende viser den politiske annonce, bør disse betragtes sammen som reklameudgivere med ansvar for den specifikke tjeneste, de yder, således at der sikres mærkning og adgang til gennemsigtighedsmeddelelsen og relevante oplysninger. De aftaler, som de indgår, bør afspejle den måde, hvorpå de har til hensigt at sikre overholdelse af denne forordning.

(44) Oplysninger om udgifterne til og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for politiske reklametjenester, kan med fordel bidrage til den politiske debat. Det er nødvendigt at sikre, at der kan skaffes passende overblik over politiske reklameaktiviteter i de årlige rapporter, der udarbejdes af de relevante politiske reklameudgivere. Til støtte for tilsyn og ansvarlighed bør der heri indgå oplysninger om udgifter til målretning af politisk reklame i den relevante periode, fordelt på kampagne eller kandidat. For at undgå uforholdsmæssigt store byrder bør disse rapporteringsforpligtelser vedrørende gennemsigtighed ikke finde anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 3, i direktiv 2013/34/EU.

(45) Politiske reklameudgivere, der leverer politiske reklametjenester, bør indføre mekanismer, der gør det muligt for enkeltpersoner at meddele reklameudgiverne, at en bestemt politisk annonce, som de har udgivet, ikke opfylder kravene i denne forordning. De mekanismer, der skal anvendes i forbindelse hermed, bør være lette at tilgå og anvende og bør tilpasses den form for reklame, der distribueres af reklameudgiveren. Disse mekanismer bør så vidt muligt kunne tilgås fra selve annoncen, f.eks. på reklameudgiverens websted. Politiske reklameudgivere bør kunne benytte eksisterende mekanismer, hvor det er relevant. Hvis politiske reklameudgivere er udbydere af hostingtjenester, jf. retsakten om digitale tjenester, finder bestemmelserne i artikel 14 i retsakten om digitale tjenester for så vidt angår politiske annoncer, der hostes på anmodning af modtagerne af tjenesterne, fortsat anvendelse på anmeldelser om sådanne annoncers manglende overholdelse af denne forordning.

(46) For at give specifikke enheder mulighed for at varetage deres demokratiske funktion bør der fastsættes regler for videregivelse af oplysninger, der offentliggøres sammen med den politiske annonce eller indgår i gennemsigtighedsmeddelelsen, til berørte aktører såsom kontrolunderlagte forskere, journalister, civilsamfundsorganisationer og akkrediterede valgobservatører med henblik på at støtte deres respektive roller i den demokratiske proces. Udbydere af politiske reklametjenester bør ikke være forpligtet til at besvare anmodninger, der er åbenbart grundløse eller overdrevne. Den relevante tjenesteudbyder bør desuden kunne opkræve et rimeligt gebyr i tilfælde af gentagne og omkostningskrævende anmodninger under hensyn til de administrative omkostninger, der er forbundet med at give oplysningerne.

(47) Personoplysninger, der tilvejebringes direkte fra enkeltpersoner eller indirekte som f.eks. via afledte data, hvor enkeltpersoner grupperes efter deres formodede interesser eller udledes af deres onlineaktivitet, adfærdsprofilering og andre analyseteknikker, anvendes i stigende grad til at rette politiske budskaber mod grupper, enkelte vælgere eller enkeltpersoner og til at forstærke deres virkning. På grundlag af behandlingen af

personoplysninger, navnlig oplysninger, der betragtes som følsomme i henhold til Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679[11] og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725[12], kan forskellige grupper af vælgere eller enkeltpersoner segmenteres, og deres karakteristika eller sårbarheder udnyttes, f.eks. ved at udbrede annoncer på bestemte tidspunkter og på specifikke steder med henblik på at udnytte situationer, hvor de ville være følsomme over for en bestemt type oplysninger/budskaber. Dette kan i særlig grad skade borgernes grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder for så vidt angår behandlingen af deres personoplysninger og deres frihed til at modtage objektive oplysninger, til at danne sig deres egen mening, til at træffe politiske beslutninger og til at udøve deres stemmeret. Dette indvirker negativt på den demokratiske proces. Der bør fastsættes yderligere restriktioner og betingelser sammenlignet med forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. Betingelserne i denne forordning for anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger i forbindelse med politisk reklame, bør baseres på artikel 16 i TEUF.

(48) Målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der omfatter behandling af oplysninger, jf. artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725, bør derfor forbydes. Anvendelsen af sådanne teknikker bør kun tillades, hvis de anvendes af den dataansvarlige eller en person, der handler på dennes vegne, på grundlag af den registreredes udtrykkelige samtykke eller en stiftelse, en sammenslutning eller et andet organ, som ikke arbejder med profit for øje, og hvis sigte er af politisk, filosofisk, religiøs eller fagforeningsmæssig art, som led i deres legitime aktiviteter og med de fornødne garantier, og på betingelse af at behandlingen alene vedrører organets medlemmer, tidligere medlemmer eller personer, der på grund af organets formål er i regelmæssig kontakt hermed, og at personoplysningerne ikke videregives uden for organet uden den registreredes samtykke. Dette bør ledsages af specifikke garantier. Samtykke skal forstås som et samtykke som omhandlet i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725. Det bør derfor ikke være muligt at kunne påberåbe sig de undtagelser, der er fastsat i henholdsvis artikel 9, stk. 2, litra b), c), e), f), g), h), i) og j), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra b), c), e), f), g), h), i) og j), i forordning (EU) 2018/1725, ved anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker til udgivelse, promovering eller udbredelse af politiske reklame, der indebærer i behandling af personoplysninger som omhandlet i artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/725.

(49) For at sikre øget gennemsigtighed og ansvarlighed bør de dataansvarlige ved anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der indebærer behandling af personoplysninger, indføre yderligere garantier. De bør udarbejde og efterleve retningslinjer for anvendelsen af sådanne teknikker til målrettet at gå efter enkeltpersoner eller til at forstærke indholdet, samt registrere deres

---

[11] Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2016/679 af 27. april 2016 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af direktiv 95/46/EF (generel forordning om databeskyttelse) (EUT L 119 af 4.5.2016, s. 1).

[12] Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2018/1725 af 23. oktober 2018 om beskyttelse af fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger i Unionens institutioner, organer, kontorer og agenturer og om fri udveksling af sådanne oplysninger og om ophævelse af forordning (EF) nr. 45/2001 og afgørelse nr. 1247/2002/EF (EUT L 295 af 21.11.2018, s. 39).

relevante aktiviteter. Ved udgivelse, promovering eller udbredelse af en politisk annonce, hvor der gøres brug af målretnings- og forstærkningsteknikker, bør de dataansvarlige sammen med den politiske annonce formidle brugbare oplysninger, der gør det muligt for den pågældende at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i den anvendte målretning og brugen af tredjepartsdata og yderligere analyseteknikker, herunder om målretningen af annoncen blev yderligere optimeret i forbindelse med leveringen.

(50) Politiske reklameudgivere, der gør brug af målretnings- eller forstærkningsteknikker, bør i deres gennemsigtighedsmeddelelse medtage oplysninger, der gør det muligt for den pågældende at forstå fremgangsmåden bag og de vigtigste parametre i den anvendte teknik og brugen af oplysninger fra tredjemand og yderligere analyseteknikker, der anvendes, samt et link til den dataansvarliges relevante politik. Hvis den dataansvarlige ikke er den samme som reklameudgiveren, bør den dataansvarlige fremsende de interne retningslinjer eller en henvisning hertil til den politiske reklameudgiver Udbydere af reklametjenester bør i givet fald videregive de oplysninger, der er nødvendige for at overholde forpligtelserne i denne forordning, til den politiske reklameudgiver. Videregivelsen af sådanne oplysninger kan være automatiseret og integreret i de almindelige forretningsprocesser på basis af standarder.

(51) For yderligere at sætte enkeltpersoner i stand til at udøve deres databeskyttelsesrettigheder bør de politiske reklameudgivere stille yderligere oplysninger og effektive værktøjer til rådighed for den pågældende registrerede til støtte for udøvelsen af deres rettigheder i henhold til EU's databeskyttelsesregler, herunder til at gøre indsigelse mod eller trække deres samtykke tilbage, når de gøres til genstand for en målrettet politisk annonce. Disse oplysninger bør også være lette at hente direkte fra gennemsigtighedsmeddelelsen. De værktøjer, der stilles til rådighed for enkeltpersoner til støtte for udøvelsen af deres rettigheder, bør effektivt kunne forhindre, at en enkeltperson gøres til genstand for målrettede politiske annoncer, og forhindre målretning på basis af specifikke kriterier og af en eller flere specifikke dataansvarlige.

(52) Kommissionen bør tilskynde til udarbejdelse af adfærdskodekser, jf. artikel 40 i forordning (EU) 2016/679, til støtte for udøvelsen af de registreredes rettigheder i denne forbindelse.

(53) De oplysninger, der skal fremlægges i overensstemmelse med alle de krav, der gælder for anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker i henhold til denne forordning, bør præsenteres i et format, der er let tilgængeligt, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

(54) Der bør fastsættes regler for videregivelse af oplysninger om målretning til andre berørte enheder. Den gældende ordning bør være i overensstemmelse med den ordning for videregivelse af oplysninger, der er knyttet til gennemsigtighedskravene.

(55) Udbydere af politiske reklametjenester, der er etableret i et tredjeland, og som præsterer tjenesteydelser i Unionen, bør udpege en bemyndiget retlig repræsentant i Unionen for at muliggøre et effektivt tilsyn i henhold til denne forordning for så vidt angår disse udbydere. Den retlige repræsentant kan være den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 27 i forordning (EU) 2016/679, eller den repræsentant, der er udpeget på grundlag af artikel 11 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester].

(56) For at sikre et effektivt tilsyn inden for rammerne af denne forordning er det nødvendigt at give tilsynsmyndighederne kompetence til at overvåge og håndhæve de relevante regler. Afhængigt af hver enkelt medlemsstats retssystem og i overensstemmelse med gældende EU-ret, herunder forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], kan der med henblik herpå udpeges forskellige nationale retslige eller administrative myndigheder.

(57) For så vidt angår tilsyn med onlineformidlingstjenester inden for rammerne af denne forordning bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder og sikre, at et sådant tilsyn stemmer overens med det tilsyn, som føres af de kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til artikel 38 i forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester]. Ifølge forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester] bør koordinatorerne for digitale tjenester i hver medlemsstat under alle omstændigheder være ansvarlige for at sikre koordinering på nationalt plan med hensyn til disse spørgsmål og om nødvendigt indgå i et grænseoverskridende samarbejde med andre koordinatorer for digitale tjenester i overensstemmelse med de mekanismer, der er fastsat i forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester]. Som led i anvendelsen af denne forordning bør denne mekanisme begrænses til det nationale samarbejde mellem koordinatorerne for digitale tjenester og bør ikke udvides til EU-niveau som fastsat i forordning (EU) [retsakten om digitale tjenester].

(58) For så vidt angår tilsyn med de aspekter af denne forordning, der ikke henhører under tilsynsmyndighedernes kompetence i henhold til forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/725, bør medlemsstaterne udpege kompetente myndigheder. For at støtte opretholdelsen af de grundlæggende rettigheder og frihedsrettighederne, retsstatsprincippet, de demokratiske principper og borgernes tillid til tilsynet med politiske reklame er det nødvendigt, at disse myndigheder er strukturelt uafhængige af indblanding udefra eller politisk pres og har passende beføjelser til effektivt at overvåge og træffe de nødvendige foranstaltninger til at sikre overholdelsen af denne forordning, navnlig forpligtelserne i artikel 7. Medlemsstaterne kan udpege de nationale tilsynsmyndigheder eller -organer, der er udpeget i henhold til artikel 30 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU[13].

(59) Hvis der allerede findes regler i EU-retten om videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder og samarbejde med og mellem disse myndigheder såsom artikel 9 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester] eller reglerne i forordning (EU) 2016/679, bør disse regler finde tilsvarende anvendelse på de relevante bestemmelser i nærværende forordning.

(60) De myndigheder, der har kompetence til at føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning, bør samarbejde både på nationalt plan og på EU-plan ved at gøre bedst mulig brug af eksisterende strukturer, herunder nationale samarbejdsnetværk, det europæiske valgsamarbejdsnetværk som omhandlet i henstilling C(2018) 5949 final og Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester, der er nedsat ved direktiv 2010/13/EU. Et sådant samarbejde bør fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål, der vedrører udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at identificere

[13] Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester) (EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1).

overtrædelser, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af relevante regler.

(61) For at lette en effektiv anvendelse af de forpligtelser, der er fastsat i forordningen, er det nødvendigt at give de nationale myndigheder beføjelse til at anmode tjenesteudbyderne om relevante oplysninger om gennemsigtigheden i politiske annoncer. Oplysninger, der skal videregives til de kompetente myndigheder, kan vedrøre en reklamekampagne, opdeles efter år eller vedrøre specifikke annoncer. For at sikre, at anmodninger om sådanne oplysninger kan efterkommes på en effektiv måde, og at udbydere af politiske reklametjenester samtidig ikke pålægges uforholdsmæssige byrder, er det nødvendigt at fastsætte visse betingelser, som bør opfyldes i forbindelse med disse anmodninger. Navnlig med henblik på rettidig overvågning af en valgproces bør udbydere af politiske reklametjenester reagere hurtigt på anmodninger fra kompetente myndigheder og altid inden for 10 arbejdsdage efter modtagelsen af anmodningen. Af hensyn til retssikkerheden og i overensstemmelse med retten til at gøre indsigelse bør anmodninger om oplysninger fra en kompetent myndighed indeholde en fyldestgørende begrundelse og oplysninger om tilgængelige klagemuligheder. Udbydere af politiske reklametjenester bør udpege et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente myndigheder. Sådanne kontaktpunkter kan være elektroniske.

(62) Medlemsstaterne bør udpege et kontaktpunkt på EU-plan med henblik på denne forordning. Kontaktpunktet bør om muligt være medlem af det europæiske valgsamarbejdsnetværk. Kontaktpunktet bør fremme samarbejdet blandt de kompetente myndigheder mellem medlemsstaterne om deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver, navnlig ved at formidle kontakten med kontaktpunkterne i andre medlemsstater og med de kompetente myndigheder i deres egne.

(63) Medlemsstaternes myndigheder bør sikre, at der ved tilsidesættelse af de forpligtelser, der er fastsat i denne forordning, pålægges administrative bøder eller økonomiske sanktioner. I forbindelse hermed bør de tage hensyn til overtrædelsens art, grovhed, gentagne karakter og varighed set i lyset af de samfundsmæssige hensyn, der varetages, omfanget og arten af de aktiviteter, der udføres, samt den krænkende parts økonomiske formåen. I den forbindelse bør der tages hensyn til den afgørende rolle, som forpligtelserne i artikel 7 spiller for en effektiv opfyldelse af målene i nærværende forordning. De bør endvidere lægge vægt på, om den pågældende tjenesteudbyder systematisk eller gentagne gange undlader at opfylde sine forpligtelser efter denne forordning, herunder ved at forsinke videregivelsen af oplysninger til berørte enheder, samt, hvor det er relevant, om udbyderen af politiske reklametjenester er aktiv i flere medlemsstater. Økonomiske sanktioner og administrative bøder skal i hvert enkelt tilfælde være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning under behørig hensyntagen til, at der stilles tilstrækkelige og tilgængelige proceduremæssige garantier til rådighed, og navnlig for at sikre, at den politiske debat forbliver åben og tilgængelig.

(64) De kompetente myndigheders udøvelse af beføjelser efter denne forordning bør være underlagt fornødne proceduremæssige garantier i overensstemmelse med EU-retten og national ret, bl.a. effektive retsmidler og en forskriftsmæssig procedure.

(65) Medlemsstaterne bør i tilstrækkelig god tid inden valgproceduren indledes offentliggøre den nøjagtige varighed af deres valgperioder, således som de er fastsat efter deres valgtraditioner.

(66) For at opfylde målene i denne forordning bør beføjelsen til at vedtage retsakter i overensstemmelse med traktatens artikel 290 delegeres til Kommissionen for så vidt angår artikel 7, stk. 7, med henblik på yderligere at præcisere, i hvilken form kravene til formidling af oplysninger i gennemsigtighedsmeddelelserne efter den nævnte bestemmelse bør stilles til rådighed, og for så vidt angår artikel 12, stk. 8, med henblik på yderligere at præcisere, i hvilken form kravene til formidling af oplysninger om målretning bør stilles til rådighed. Det er navnlig vigtigt, at Kommissionen gennemfører relevante høringer, herunder af sagkyndige, der udpeges af hver enkelt medlemsstat, og at disse høringer gennemføres i overensstemmelse med principperne i den interinstitutionelle aftale af 13. april 2016 om bedre lovgivning. For at sikre lige deltagelse i forberedelsen af delegerede retsakter modtager Europa-Parlamentet og Rådet navnlig alle dokumenter på samme tid som medlemsstaternes eksperter, og deres eksperter har systematisk adgang til møder i Kommissionens ekspertgrupper, der beskæftiger sig med forberedelse af delegerede retsakter.

(67) Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet bør Kommissionen forelægge en offentlig rapport om evalueringen og revisionen af denne forordning. Ved udarbejdelsen af denne rapport bør Kommissionen også tage hensyn til gennemførelsen af denne forordning i forbindelse med andre valg og folkeafstemninger, der finder sted i Unionen. I rapporten bør det bl.a. undersøges, om bestemmelserne i bilagene til denne forordning fortsat er hensigtsmæssige, og overvejes, om der er behov for at ændre dem.

(68) Forordning (EU) nr. 1141/2014 om statut for og finansiering af europæiske politiske partier og europæiske politiske fonde indeholder supplerende forpligtelser vedrørende europæiske politiske partiers anvendelse af politisk reklame.

(69) Eftersom målene i denne forordning, nemlig at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester og fastsætte regler for anvendelse af målretning i forbindelse med udgivelse og udbredelse af politisk reklame, ikke i tilstrækkelig grad kan opfyldes af medlemsstaterne og derfor bedre kan opfyldes på EU-plan, kan Unionen vedtage denne forordning i overensstemmelse med nærhedsprincippet, jf. artikel 5 i TEU. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet, jf. ovennævnte bestemmelse, går denne forordning ikke videre, end hvad der er nødvendigt for at nå disse mål.

(70) Denne forordning berører ikke de regler, der navnlig er fastsat ved direktiv 2000/31/EF, herunder reglerne om formidleransvar for tjenesteydere i nævnte direktivs artikel 12-15, som ændret ved forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale markeder], direktiv 2002/58/EF og forordning (EU) XXX [e-databeskyttelsesforordningen] samt direktiv 2010/13/EU, direktiv 2000/31/EF, direktiv 2002/58/EF, direktiv 2005/29/EF, direktiv 2011/83/EU, direktiv 2006/114/EF, direktiv 2006/123/EF og forordning (EU) 2019/1150.

(71) Den Europæiske Tilsynsførende for Databeskyttelse er blevet hørt i overensstemmelse med artikel 42, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725 og afgav en udtalelse den XX. XX 2022 —

VEDTAGET DENNE FORORDNING:

KAPITEL I — ALMINDELIGE BESTEMMELSER

Artikel 1

Genstand og anvendelsesområde

1. Ved denne forordning fastsættes:

   (a) harmoniserede gennemsigtighedsforpligtelser for udbydere af politisk reklame og relaterede tjenester til at opbevare, fremlægge og offentliggøre oplysninger, der er forbundet med leveringen af sådanne tjenester

   (b) harmoniserede regler for anvendelse af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med udgivelse, udbredelse eller promovering af politisk reklame, hvor der anvendes personoplysninger.

2. Denne forordning finder anvendelse på politisk reklame, der udarbejdes, placeres, promoveres, udgives eller udbredes i Unionen, eller som er rettet mod enkeltpersoner i en eller flere medlemsstater, uanset hvor udbyderen af reklametjenesterne er etableret, og uanset hvilke midler der anvendes.

3. Formålet med denne forordning er:

   (a) at bidrage til et velfungerende indre marked for politisk reklame og relaterede tjenester

   (b) at beskytte fysiske personer i forbindelse med behandling af personoplysninger.

1. Denne forordning berører ikke bestemmelserne i følgende:

   (a) direktiv 2000/31/EF

   (b) direktiv 2002/58/EF og forordning (EU) XXX [e-databeskyttelsesforordningen]

   (c) direktiv 2005/29/EF

   (d) direktiv 2006/114/EF

   (e) direktiv 2006/123/EF

   (f) direktiv 2010/13/EU

   (g) direktiv 2011/83/EU

   (h) forordning (EU) 2019/1150

   (i) forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester].

Artikel 2

Definitioner

I denne forordning forstås ved:

1. "tjeneste": enhver selvstændig erhvervsvirksomhed, der normalt udføres mod betaling, jf. artikel 57 i TEUF

2. "politisk reklame": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse på en hvilken som helst måde af en meddelelse:

   (a) af, for eller på vegne af en politisk aktør, medmindre den er af rent privat eller kommerciel karakter, eller

   (b) som kan påvirke resultatet af et valg eller en folkeafstemning, en lovgivningsproces eller vælgernes adfærd

3. "politisk annonce": et konkret tilfælde af politisk reklame

4. "politisk aktør": en af følgende:

   (a) et politisk parti som defineret i artikel 2, stk. 1, i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014 eller en enhed med direkte eller indirekte tilknytning til et sådant politisk partis aktivitetsområde

   (b) en politisk alliance som defineret i artikel 2, stk. 2, i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014

   (c) et europæisk politisk parti som defineret i artikel 2, stk. 3, i forordning (EU, Euratom) nr. 1141/2014

   (d) en kandidat til ethvert folkevalgt embede på europæisk, nationalt, regionalt og lokalt plan eller til en ledende stilling i et politisk parti

   (e) en folkevalgt tjenestemand i en offentlig institution på europæisk, nationalt, regionalt eller lokalt plan

   (f) et ikkevalgt regeringsmedlem på europæisk, nationalt, regionalt eller lokalt plan

   (g) en politisk kampagneorganisation med eller uden status som juridisk person, der er oprettet med henblik på at opnå et bestemt resultat ved et valg eller en folkeafstemning

   (h) enhver fysisk eller juridisk person, der repræsenterer eller handler på vegne af de personer eller organisationer, der er omhandlet i litra a)-g), og som promoverer et eller flere af disse personers eller organisationers politiske mål.

5. "politisk reklametjeneste": en tjeneste bestående af politisk reklame, dog ikke en onlineformidlingstjeneste, jf. artikel 2, litra f), i forordning (EU) 2021/XXX [retsakten om digitale tjenester], der leveres uden vederlag for placeringen, udgivelsen eller udbredelsen af den specifikke meddelelse

6. "politisk reklamekampagne": udarbejdelse, placering, promovering, udgivelse eller udbredelse af en række indbyrdes forbundne annoncer i forbindelse med en kontrakt om politisk reklame med udgangspunkt i fælles forberedelse, sponsorering eller finansiering

7. "sponsor": fysisk eller juridisk person, på hvis vegne en politisk annonce udarbejdes, placeres, udgives eller udbredes

8. "målretnings- eller forstærkningsteknikker": teknikker, der anvendes enten til at rette en skræddersyet politisk annonce mod en bestemt person eller gruppe af personer eller til at øge udbredelsen, rækkevidden eller synligheden af en politisk annonce

9. "valgperiode": periode, der går forud for, strækker sig over eller kommer umiddelbart efter et valg eller en folkeafstemning i en medlemsstat, og hvor kampagneaktiviteterne er underlagt særlige regler

10. "relevant vælgerbefolkning": gruppe af enkeltpersoner, som er berettiget til at stemme ved det valg eller den folkeafstemning, der afholdes i den medlemsstat, hvor en politisk annonce cirkulerer, og som kan omfatte samtlige vælgere i en medlemsstat

11. "politisk reklameudgiver": en fysisk eller juridisk person, som udsender, giver adgang til via en grænseflade eller på anden måde formidler politisk reklame til offentligheden ved hjælp af et hvilket som helst medie

12. "dataansvarlig": en dataansvarlig i henhold til artikel 4, stk. 7, i forordning (EU) 2016/679 eller, hvor det er relevant, artikel 4, stk. 8, i forordning (EU) 2018/1725.

For så vidt angår stk. 1, nr. 2), betragtes meddelelser fra officielle kilder om afholdelse af og bestemmelser for deltagelse i valg eller folkeafstemninger eller til fremme af deltagelse i valg eller folkeafstemninger ikke som politisk reklame.

Artikel 3

Harmoniseringsniveau

1. Medlemsstaterne må af gennemsigtighedsgrunde ikke opretholde eller indføre bestemmelser eller foranstaltninger, der fraviger dem, der er fastsat i denne forordning.

2. Bestemmelserne om politiske reklametjenester må ikke ophæves eller begrænses af gennemsigtighedsgrunde, hvis kravene i denne forordning er opfyldt.

KAPITEL II — GENNEMSIGTIGHEDSFORPLIGTELSER I FORBINDELSE MED POLITISKE REKLAMETJENESTER

Artikel 4

Gennemsigtighed

Politiske reklametjenester leveres på en gennemsigtig måde i overensstemmelse med de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i denne forordning.

Artikel 5

Identificering af politiske reklametjenester

1. Udbydere af reklametjenester anmoder sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, om at erklære, hvorvidt den reklametjeneste, de anmoder tjenesteudbyderen om at udføre, udgør en politisk reklametjeneste som omhandlet i artikel 2, stk. 5. Sponsorer og udbydere af reklametjenester, der handler på vegne af sponsorer, skal afgive en sådan erklæring.

2. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at det i de kontraktlige aftaler, der indgås med henblik på levering af en politisk reklametjeneste, præciseres, hvordan de relevante bestemmelser i denne forordning er overholdt.

Artikel 6

Registrering og videregivelse af oplysninger

1. Udbydere af politiske reklametjenester opbevarer de oplysninger, som de tilvejebringer i forbindelse med leveringen af deres tjenester, om følgende:

   (a) den politiske annonce eller politiske reklamekampagne, som tjenesten eller tjenesterne er knyttet til

   (b) den eller de specifikke tjenester, der leveres i forbindelse med den politiske reklame

   (c) de beløb, som de har faktureret for den eller de leverede tjenester, og værdien af andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist som modydelse for den eller de leverede tjenester, og

   (d) hvis det er relevant, sponsors identitet og kontaktoplysninger.

2. De i stk. 1 omhandlede oplysninger afgives skriftligt og eventuelt i elektronisk form. Sådanne oplysninger opbevares i en periode på fem år fra datoen for den seneste udarbejdelse, placering, udgivelse eller udbredelse, alt efter hvad der er relevant.

3. Udbydere af politiske reklametjenester sikrer, at de i stk. 1 omhandlede oplysninger meddeles den politiske reklameudgiver, som vil udbrede den politiske annonce, således at de politiske reklameudgivere kan opfylde deres forpligtelser efter denne forordning. Oplysningerne videregives rettidigt og korrekt i overensstemmelse med bedste praksis og branchestandarder ved hjælp af en standardiseret automatiseret procedure, hvis det er teknisk muligt.

Artikel 7

Gennemsigtighedskrav i forbindelse med hver politisk annonce

1. Ved levering af politiske reklametjenester skal hver politisk annonce ledsages af følgende oplysninger på en klar, fremtrædende og utvetydig måde:

   (a) en erklæring om, at der er tale om en politisk annonce

   (b) identiteten af sponsoren af den politiske annonce og det organ, der i sidste ende kontrollerer sponsoren

   (c) en gennemsigtighedsmeddelelse, der gør det muligt at forstå den bredere sammenhæng, som den politiske annonce og dens mål indgår i, eller en klar angivelse af, hvor den let kan hentes.

   I den forbindelse skal politiske reklameudgivere anvende effektive og fremtrædende mærkningsteknikker, der gør det let at identificere den politiske annonce som en sådan, og sikre, at mærkningen fastholdes, såfremt en politisk annonce udbredes yderligere.

2. Gennemsigtighedsmeddelelsen skal indgå i hver politisk annonce eller være let at hente herfra og skal indeholde følgende oplysninger:

   (a) sponsors identitet og kontaktoplysninger

   (b) den periode, i hvilken den politiske annonce påtænkes udgivet og udbredt

   (c) oplysninger, baseret på bl.a. oplysninger modtaget i overensstemmelse med artikel 6, stk. 3, om de samlede beløb, der er brugt, eller andre ydelser, der er modtaget helt eller delvist i forbindelse med udarbejdelsen, placeringen, promoveringen, udgivelsen og udbredelsen af den relevante annonce samt, hvor det er relevant, den politiske reklamekampagne, og kilderne hertil

   (d) hvor det er relevant, en angivelse af valg eller folkeafstemninger, som annoncen er knyttet til

   (e) hvor det er relevant, links til onlineannoncedatabaser

   (f) oplysninger om, hvordan de mekanismer, der er omhandlet i artikel 9, stk. 1, skal anvendes.

   (g) De oplysninger, der skal indgå i gennemsigtighedsmeddelelsen, angives ved hjælp af de specifikke datafelter, der er angivet i bilag I.

3. Politiske reklameudgivere skal gøre en rimelig indsats for at sikre, at de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1 og 2, er fuldstændige, og hvis de finder, at dette ikke er tilfældet, må de ikke offentliggøre den politiske annonce.

4. Gennemsigtighedsmeddelelser holdes ajour og fremlægges i et format, der er lettilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog. Oplysningerne offentliggøres af den politiske reklameudgiver sammen med den politiske annonce fra første udgivelse indtil et år efter sidste udgivelse.

5. Politiske reklameudgivere opbevarer deres gennemsigtighedsmeddelelser sammen med eventuelle ændringer i en periode på fem år efter udløbet af den i stk. 4 nævnte periode.

6. Politiske reklameudgivere, der er meget store onlineplatforme, jf. artikel 25 i forordning (EU) 2021/x [retsakten om digitale tjenester], sikrer, at de databaser, som de stiller til rådighed i henhold til nævnte forordnings artikel 30 [retsakten om digitale tjenester], for hver politisk annonce i databasen indeholder de i stk. 2 omhandlede oplysninger.

7. Medlemsstaterne, herunder de kompetente myndigheder, og Kommissionen tilskynder til udarbejdelse af adfærdskodekser, der bidrager til en korrekt anvendelse af denne bestemmelse, under hensyntagen til de relevante tjenesteudbyderes særlige karakteristika og mikrovirksomheders og små og mellemstore virksomheders specifikke behov, jf. artikel 3 i direktiv 2013/34/EU.

8. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 19 med henblik på at ændre bilag I ved at tilføje, ændre eller fjerne elementer fra listen over oplysninger, der skal fremlægges i henhold til stk. 2, i tilfælde af, at en sådan ændring i lyset af den teknologiske udvikling er nødvendig af hensyn til den politiske annonces bredere kontekst og mål.

Artikel 8

Periodisk rapportering om politiske reklametjenester

1. Ved levering af politiske reklametjenester skal reklameudgivere som en del af deres ledelsesberetning, jf. artikel 19 i direktiv 2013/34/EU, i deres årsregnskaber medtage oplysninger om udgifterne til eller værdien af andre ydelser, der helt eller delvist er modtaget for disse tjenester, herunder om anvendelsen af målretnings- og forstærkningsteknikker, aggregeret efter kampagne.

2. Stk. 1 finder ikke anvendelse på virksomheder, der er omfattet af artikel 3, stk. 3, i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 9

Angivelse af eventuelt ulovlige politiske annoncer

3. Ved levering af politiske reklametjenester skal reklameudgivere indføre mekanismer, der gør det muligt for enkeltpersoner vederlagsfrit at meddele dem, at en bestemt annonce, som de har offentliggjort, ikke er i overensstemmelse med denne forordning.

4. Oplysninger om, hvordan politiske annoncer meddeles i henhold til stk. 1, skal være brugervenlige og lette at tilgå, bl.a. fra gennemsigtighedsmeddelelsen.

5. Politiske reklameudgivere skal gøre det muligt at indgive de i stk. 1 omhandlede oplysninger elektronisk. Den politiske reklameudgiver underretter de pågældende om opfølgningen på den i stk. 1 omhandlede meddelelse.

6. Gentagne meddelelser i henhold til stk. 1 vedrørende den samme annonce eller reklamekampagne kan besvares samlet, herunder ved henvisning til et opslag på webstedet for den pågældende politiske reklameudgiver.

Artikel 10

Videregivelse af oplysninger til kompetente myndigheder

1. De kompetente nationale myndigheder har beføjelse til at anmode en udbyder af politiske reklametjenester om at videregive de oplysninger, der er nævnt i artikel 6, 7 og 8. De videregivne oplysninger skal være fuldstændige, nøjagtige og pålidelige og fremlægges i et klart, sammenhængende, konsolideret og forståeligt format. Hvis det er teknisk muligt, videregives oplysningerne i et maskinlæsbart format.

   Anmodningen skal indeholde følgende elementer:

   (a) en begrundelse, hvori der redegøres for formålet med anmodningen om oplysninger, og hvorfor anmodningen er nødvendig og forholdsmæssig, medmindre anmodningen har til formål at forebygge, efterforske, afsløre eller retsforfølge strafbare handlinger, og i hvilket omfang begrundelsen for anmodningen vil modvirke dette formål

(b) oplysninger om de klagemuligheder, der er tilgængelige for den relevante tjenesteudbyder og sponsoren af den politiske reklametjeneste.

2. Ved modtagelse af en anmodning i henhold til stk. 1 bekræfter udbydere af politiske reklametjenester inden for to arbejdsdage modtagelsen af anmodningen og underretter myndigheden om de skridt, der er taget for at efterkomme den. Den relevante tjenesteudbyder skal fremlægge de ønskede oplysninger inden for ti arbejdsdage.

3. Udbydere af politiske reklametjenester udpeger et kontaktpunkt til kommunikation med de kompetente nationale myndigheder. Udbydere af politiske reklametjenester, der er SMV'er som defineret i artikel 3 i direktiv 2013/34/EU, kan udpege en ekstern fysisk person som kontaktpunkt.

Artikel 11

Videregivelse af oplysninger til andre berørte enheder

1. Udbydere af politiske reklametjenester træffer passende foranstaltninger til efter anmodning og uden omkostninger at videregive de i artikel 6 omhandlede oplysninger til berørte enheder.

   Hvis udbyderen af politiske reklametjenester er en politisk reklameudgiver, træffer den passende foranstaltninger til efter anmodning og uden omkostninger at videregive de i artikel 7 omhandlede oplysninger til berørte enheder.

2. Berørte enheder, der anmoder om at få videregivet oplysninger i henhold til stk. 1, skal være uafhængige af kommercielle interesser og tilhøre en eller flere af følgende kategorier:

   (a) kontrolunderlagte forskere, jf. artikel 31 i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]

   (b) medlemmer af en civilsamfundsorganisation, der har beskyttelse og fremme af offentlighedens interesser som vedtægtsmæssige mål, og som er autoriseret efter national ret eller EU-retten

   (c) politiske aktører, som er autoriseret efter national ret eller

   (d) nationale eller internationale valgobservatører, der er akkrediteret i en medlemsstat.

   Sådanne berørte enheder omfatter også journalister, der er akkrediteret i en medlemsstat af nationale, europæiske eller internationale organer.

3. Efter anmodning fra en interessent bestræber tjenesteudbyderen sig på bedst muligt inden for en måned at fremlægge de anmodede oplysninger eller sit begrundede svar i henhold til stk. 5.

4. Ved udarbejdelsen af de oplysninger, der skal fremlægges i henhold til stk. 1, kan tjenesteudbyderen samle de relevante beløb eller angive dem inden for et interval, såfremt dette er nødvendigt for at beskytte kommercielle legitime interesser.

5. Hvis anmodningerne i henhold til stk. 1 er åbenbart grundløse, uklare eller overdrevne, navnlig på grund af manglende klarhed, kan tjenesteudbyderen undlade

at svare. I så fald sender den relevante tjenesteudbyder et begrundet svar til den interessent, der fremsætter anmodningen.

6. Hvis anmodningerne i henhold til stk. 1 indgives flere gange, og behandlingen af dem medfører betydelige omkostninger, kan tjenesteudbyderen opkræve et rimeligt og forholdsmæssigt gebyr, som under ingen omstændigheder må overstige de administrative omkostninger ved at videregive de anmodede oplysninger.

7. Det pålægger tjenesteudbyderen at påvise, at en anmodning er åbenbart grundløs, uklar eller overdreven, eller at anmodninger er indgivet flere gange og medfører betydelige omkostninger at behandle.

KAPITEL III — MÅLRETNING OG FORSTÆRKNING AF POLITISK REKLAME

Artikel 12

Specifikke krav vedrørende målretning og forstærkning

1. Målretnings- eller forstærkningsteknikker, der indebærer behandling af personoplysninger, jf. artikel 9, stk. 1, i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 1, i forordning (EU) 2018/1725, er i forbindelse med politisk reklame forbudt.

2. Forbuddet i første punktum gælder ikke i de situationer, der er omhandlet i artikel 9, stk. 2, litra a) og d), i forordning (EU) 2016/679 og artikel 10, stk. 2, litra a) og d), i forordning (EU) 2018/1725.

3. Ved anvendelse af målretnings- eller forstærkningsteknikker i forbindelse med politisk reklame, der indebærer behandling af personoplysninger, skal de dataansvarlige ud over kravene i forordning (EU) 2016/679 og forordning (EU) 2018/1725, alt efter hvad der er relevant, opfylde følgende krav:

   (a) udarbejde og efterleve interne retningslinjer, hvori der klart og tydeligt redegøres for brugen af sådanne teknikker til navnlig at gå målrettet efter enkeltpersoner eller forstærke indholdet, og fastholde disse retningslinjer i en periode på fem år

   (b) registrere anvendelsen af målretning eller forstærkning, de relevante mekanismer, teknikker og parametre, der anvendes, og den eller de kilder til personoplysninger, der anvendes.

   (c) sammen med den politiske annonce fremlægge yderligere oplysninger, der gør det muligt for den pågældende person at forstå begrundelsen for og de vigtigste parametre i den anvendte teknik og brugen af oplysninger hidrørende fra tredjemand og yderligere analyseteknikker. Disse oplysninger skal omfatte de elementer, der er anført i bilag II.

4. Politiske reklameudgivere, der gør brug af målretnings- eller forstærkningsteknikker, skal i den gennemsigtighedsmeddelelse, der kræves i henhold til artikel 7, angive de oplysninger, der er anført i stk. 3, litra c), og et link til de retningslinjer, der er omhandlet i stk. 3, litra a). Hvis den dataansvarlige ikke er den samme som

reklameudgiveren, fremsender den dataansvarlige de interne retningslinjer eller en henvisning hertil til den politiske reklameudgiver.

5. Politiske reklameudgivere, der gør brug af målretnings- eller forstærkningsteknikker som omhandlet i stk. 3, skal i eller sammen med annoncen og i den gennemsigtighedsmeddelelse, der kræves i henhold til artikel 7, henvise til, hvorledes enkeltpersoner effektivt kan udøve deres rettigheder i henhold til forordning (EU) 2016/679.

6. De oplysninger, der skal videregives i overensstemmelse med denne bestemmelse, fremlægges i et format, der er lettilgængeligt og, hvis det er teknisk muligt, maskinlæsbart, klart synligt og brugervenligt, herunder ved brug af almindeligt sprog.

7. Udbydere af reklametjenester videregiver i givet fald de oplysninger, der er nødvendige for at overholde stk. 3, til den dataansvarlige.

8. Kommissionen tillægges beføjelser til at vedtage delegerede retsakter i overensstemmelse med artikel 19 med henblik på at ændre bilag II ved at tilpasse eller fjerne elementer fra listen over oplysninger, der skal fremlægges i henhold til nærværende artikels stk. 3, litra c), i lyset af den teknologiske udvikling inden for den relevante forskning samt udviklingen i de kompetente myndigheders tilsyn og vejledning udstedt af de kompetente organer.

Artikel 13

Videregivelse af målretnings- eller forstærkningsoplysninger til andre berørte enheder

1. Den dataansvarlige, der er omhandlet i artikel 12, træffer passende foranstaltninger til efter anmodning fra berørte enheder og i overensstemmelse med artikel 11, stk. 1, at videregive de i artikel 12 omhandlede oplysninger.

2. Artikel 11, stk. 2-7, finder tilsvarende anvendelse.

KAPITEL IV — TILSYN OG HÅNDHÆVELSE

Artikel 14

Retlig repræsentant

1. Tjenesteudbydere, der leverer politiske reklametjenester i Unionen, men som ikke er etableret i Unionen, udpeger skriftligt en fysisk eller juridisk person som retlig repræsentant i en af de medlemsstater, hvor udbyderen tilbyder sine tjenester.

2. Den retlige repræsentant er ansvarlig for at sikre, at den repræsenterede tjenesteudbyders forpligtelser i henhold til denne forordning overholdes, og er adressat for al kommunikation med den relevante tjenesteudbyder i henhold til denne

forordning. Al kommunikation til denne retlige repræsentant anses for at være kommunikation med den repræsenterede tjenesteudbyder.

Artikel 15

Kompetente myndigheder og kontaktpunkter

1. De tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679 eller artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, har kompetence til at overvåge anvendelsen af artikel 12 i nærværende forordning inden for deres respektive kompetenceområde. Artikel 58 i forordning (EU) 2016/679 og artikel 58 i forordning (EU) 2018/1725 finder tilsvarende anvendelse. Kapitel VII i forordning (EU) 2016/679 finder anvendelse på aktiviteter, der er omfattet af artikel 12 i nærværende forordning.

2. Medlemsstaterne udpeger kompetente myndigheder til at føre tilsyn med, at udbydere af formidlingstjenester, jf. forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], overholder de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i nærværende forordning, hvor det er relevant. De kompetente myndigheder, der er udpeget i henhold til forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester], kan også være en af de kompetente myndigheder, der er udpeget til at overvåge onlineformidleres overholdelse af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 5-11 og artikel 14 i nærværende forordning. Koordinatoren for digitale tjenester, jf. artikel 38 i forordning (EU) 2021/xxx, i hver medlemsstat er ansvarlig for at sikre koordinering på nationalt plan for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester som defineret i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester]. Artikel 45, stk. 1-4, og artikel 46, stk. 1, i forordning (EU) 2021/xxx [retsakten om digitale tjenester] finder anvendelse på spørgsmål vedrørende anvendelsen af nærværende forordning for så vidt angår udbydere af formidlingstjenester.

3. Hver medlemsstat udpeger en eller flere kompetente myndigheder til at være ansvarlig for anvendelsen og håndhævelsen af de aspekter af denne forordning, der ikke er omhandlet i stk. 1 og 2. Hver kompetent myndighed, der er udpeget i henhold til dette stykke, skal strukturelt set være fuldstændig uafhængig af sektoren såvel som af enhver form for indblanding udefra eller politisk pres. Den skal i fuld uafhængighed effektivt føre tilsyn med overholdelsen af reglerne i denne forordning og træffe de foranstaltninger, der er nødvendige og forholdsmæssige for at sikre, at dette sker.

4. De kompetente myndigheder, der er omhandlet i stk. 3, har ved udførelsen af deres tilsynsopgaver i forbindelse med denne forordning beføjelse til at anmode udbydere af politiske reklametjenester om adgang til data, dokumenter eller enhver oplysning, som måtte være nødvendig for udførelsen af deres tilsynsopgaver.

5. De kompetente myndigheder, der er omhandlet i stk. 3, har ved udøvelsen af deres håndhævelsesbeføjelser inden for rammerne af denne forordning beføjelse til at:

   (a) udstede påbud til udbydere af politiske reklametjenester i tilfælde af manglende overholdelse af forpligtelserne i denne forordning

(b) offentliggøre en erklæring med nærmere angivelse af den eller de juridiske og fysiske personer, som er ansvarlige for tilsidesættelsen af en i denne forordning fastsat forpligtelse, og tilsidesættelsens art

(c) pålægge administrative bøder og økonomiske sanktioner.

6. Medlemsstaterne sikrer samarbejde mellem de kompetente myndigheder, navnlig inden for rammerne af nationale valgnetværk, for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning, herunder ved i fællesskab at identificere overtrædelser, udveksle resultater og ekspertise og samarbejde om anvendelsen og håndhævelsen af de relevante regler.

7. Hver medlemsstat udpeger en kompetent myndighed som kontaktpunkt på EU-plan med henblik på anvendelsen af denne forordning.

8. Hvis en udbyder af politiske reklametjenester leverer tjenester i mere end én medlemsstat eller har hjemsted eller en repræsentant i én medlemsstat, men udfører sine primære aktiviteter i en anden medlemsstat, samarbejder den kompetente myndighed i den medlemsstat, hvor hjemstedet eller et andet forretningssted eller repræsentanten befinder sig, med de kompetente myndigheder i de pågældende andre medlemsstater og bistår hinanden efter behov. Medmindre dette samarbejde allerede er reguleret i EU-retten, skal det mindst omfatte følgende:

(a) de kompetente myndigheder, der anvender tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger i en medlemsstat, skal via det i stk. 7 omhandlede kontaktpunkt underrette og høre de kompetente myndigheder i den eller de øvrige berørte medlemsstater om de trufne tilsyns- og håndhævelsesforanstaltninger og opfølgningen herpå

(b) en kompetent myndighed kan via det i stk. 7 omhandlede kontaktpunkt på en underbygget, begrundet og forholdsmæssig måde anmode en anden kompetent myndighed, hvis det er mere hensigtsmæssigt, om at træffe de tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er omhandlet i stk. 4 og 5 og

(c) en kompetent myndighed yder efter modtagelse af en begrundet anmodning fra en anden kompetent myndighed bistand til den anden kompetente myndighed, således at de tilsyns- eller håndhævelsesforanstaltninger, der er omhandlet i stk. 4 og 5, kan gennemføres på en effektiv, virkningsfuld og konsekvent måde. Den relevante kompetente myndighed skal via det i stk. 7 omhandlede kontaktpunkt og inden for en tidsramme, som står i forhold til, hvor meget anmodningen haster, give et svar med de anmodede oplysninger eller meddele, at den ikke finder, at betingelserne for at anmode om bistand i henhold til denne forordning er opfyldt. Alle oplysninger, der udveksles i forbindelse med bistand, som der anmodes om og ydes i henhold til denne bestemmelse, må kun anvendes i forbindelse med den sag, hvortil der blev anmodet om oplysningerne.

9. Kontaktpunkterne mødes regelmæssigt på EU-plan inden for rammerne af det europæiske valgsamarbejdsnetværk for at fremme en hurtig og sikker udveksling af oplysninger om spørgsmål vedrørende udførelsen af deres tilsyns- og håndhævelsesopgaver efter denne forordning.

Artikel 16

Sanktioner

1. I forbindelse med artikel 5-11, artikel 13 og artikel 14 fastsætter medlemsstaterne regler om sanktioner, herunder administrative bøder og økonomiske sanktioner, der finder anvendelse på udbydere af politiske reklametjenester under deres jurisdiktion, for så vidt angår overtrædelser af denne forordning, som i hvert enkelt tilfælde skal være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelsen og have afskrækkende virkning.

2. Medlemsstaterne meddeler Kommissionen disse regler senest 12 måneder efter denne forordnings ikrafttræden og underretter den straks om senere ændringer, der berører dem.

3. Når der træffes afgørelse om sanktionernes art og størrelse, skal der i hvert enkelt tilfælde tages behørigt hensyn til bl.a. følgende:

   (a) overtrædelsens art, grovhed og varighed

   (b) hvorvidt overtrædelsen blev begået forsætligt eller uagtsomt

   (c) enhver foranstaltning, der træffes for at afbøde eventuelle skader

   (d) alle relevante tidligere overtrædelser og andre skærpende eller formildende omstændigheder i sagen og

   (e) graden af samarbejde med den kompetente myndighed.

4. Tilsidesættelser af artikel 7 betragtes som særlig alvorlige, når de vedrører politisk reklame, der udgives eller udbredes i løbet af en valgperiode og rettes mod borgere i den medlemsstat, hvor det pågældende valg afholdes.

5. Hvis en tjenesteudbyder forsætligt eller uagtsomt overtræder bestemmelserne i denne forordning for den samme eller dertil knyttede politiske reklame, skal den samlede administrative bøde kunne tilpasses i tilstrækkelig grad til, at alle relevante faktorer kan tages i betragtning, det faktum, at forordningen er blevet overtrådt i flere henseender, afspejles i beløbet for den samlede bøde i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet.

6. For så vidt angår tilsidesættelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 12, kan de tilsynsmyndigheder, der er omhandlet i artikel 51 i forordning (EU) 2016/679, inden for rammerne af deres beføjelser pålægge administrative bøder i overensstemmelse med artikel 83 i forordning (EU) 2016/679 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 83, stk. 5, i nævnte forordning.

7. For så vidt angår overtrædelser af de forpligtelser, der er fastsat i artikel 12, kan den tilsynsmyndighed, der er omhandlet i artikel 52 i forordning (EU) 2018/1725, inden for rammerne af sine beføjelser pålægge administrative bøder i overensstemmelse med artikel 66 i forordning (EU) 2018/1725 og op til det beløb, der er omhandlet i artikel 66, stk. 3, i nævnte forordning.

Artikel 17

Offentliggørelse af valgperioder

Medlemsstaterne offentliggør datoerne for deres nationale valgperioder på et let tilgængeligt sted med en passende henvisning til denne forordning.

KAPITEL V — AFSLUTTENDE BESTEMMELSER

Artikel 18

Evaluering og revision

Senest to år efter hvert valg til Europa-Parlamentet og første gang senest den 31. december 2026 fremlægger Kommissionen en rapport om evalueringen af denne forordning. I rapporten vurderes behovet for at ændre denne forordning. Rapporten offentliggøres.

Artikel 19

Udøvelse af de delegerede beføjelser

1. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter tillægges Kommissionen på de i denne artikel fastlagte betingelser.

2. Beføjelsen til at vedtage delegerede retsakter, jf. artikel 7, stk. 8, og artikel 12, stk. 8, tillægges Kommissionen for en periode på [indtil anvendelsen af denne forordningen er evalueret, to år efter det næste valg til Europa-Parlamentet].

3. Den i artikel 7, stk. 8, og artikel 12, stk. 8, omhandlede delegation af beføjelser kan til enhver tid tilbagekaldes af Europa-Parlamentet eller Rådet. En afgørelse om tilbagekaldelse bringer delegationen af de beføjelser, der er angivet i den pågældende afgørelse, til ophør. Den får virkning dagen efter offentliggørelsen af afgørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende* eller på et senere tidspunkt, der angives i afgørelsen. Den berører ikke gyldigheden af delegerede retsakter, der allerede er i kraft.

4. Så snart Kommissionen vedtager en delegeret retsakt, giver den samtidigt Europa-Parlamentet og Rådet meddelelse herom.

5. En delegeret retsakt vedtaget i henhold til artikel 7, stk. 8, eller artikel 12, stk. 8, træder kun i kraft, hvis hverken Europa-Parlamentet eller Rådet har gjort indsigelse inden for en frist på to måneder fra meddelelsen af den pågældende retsakt til Europa-Parlamentet eller Rådet, eller hvis Europa-Parlamentet og Rådet inden udløbet af denne frist begge har meddelt Kommissionen, at de ikke agter at gøre indsigelse. Fristen forlænges med to måneder på Europa-Parlamentets eller Rådets initiativ.

Artikel 20

Ikrafttræden og anvendelse

1. Denne forordning træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.
2. Den anvendes fra den 1. april 2023.
3. Denne forordning er bindende i alle enkeltheder og gælder umiddelbart i hver medlemsstat.

Udfærdiget i Bruxelles, den […].

På Europa-Parlamentets vegne	*På Rådets vegne*
Formand	*Formand*