ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 25.11.2021
COM(2021) 731 final

2021/0381 (COD)

Πρόταση

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

σχετικά με τη διαφάνεια και τη στόχευση της πολιτικής διαφήμισης

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

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

ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ

- **Αιτιολόγηση και στόχοι της πρότασης**

Η παρούσα πρόταση έχει ως πρωταρχικό στόχο να συμβάλει στην ορθή λειτουργία της **εσωτερικής αγοράς για την πολιτική διαφήμιση** με τη θέσπιση εναρμονισμένων κανόνων για **υψηλό επίπεδο διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης και των συναφών υπηρεσιών**. Οι κανόνες αυτοί **θα ισχύουν για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης**.

Αποσκοπεί επίσης στην προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με τη θέσπιση κανόνων σχετικά με τη χρήση τεχνικών **στόχευσης και ενίσχυσης** στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης. Οι κανόνες αυτοί **θα ισχύουν για όλους τους υπευθύνους επεξεργασίας, δηλαδή πέραν των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης,** χρησιμοποιώντας τις εν λόγω τεχνικές στόχευσης και ενίσχυσης.

Δεδομένου ότι παρέχεται συνήθως έναντι αμοιβής, η διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένης της πολιτικής διαφήμισης, συνιστά δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών δυνάμει του άρθρου 57 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης («ΣΛΕΕ»). Αυτό ισχύει επίσης για διάφορες δραστηριότητες που σχετίζονται με την πολιτική διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένης της προετοιμασίας περιεχομένου και εκστρατειών, της τοποθέτησής της σε μέσο διανομής και της δημοσίευσης και διάδοσής της. Ως εκ τούτου, τα φυσικά και νομικά πρόσωπα της ΕΕ που παρέχουν τις εν λόγω υπηρεσίες διασυνοριακά απολαύουν των θεμελιωδών ελευθεριών, ιδίως της ελευθερίας εγκατάστασης και της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών, οι οποίες συγκαταλέγονται στις θεμελιώδεις αρχές της έννομης τάξης της ΕΕ. Η διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών συνεπάγεται την ελευθερία προσφοράς και παροχής των υπηρεσιών σε κράτος μέλος διαφορετικό από το κράτος μέλος εγκατάστασης. Συνεπάγεται επίσης την ελευθερία λήψης διασυνοριακών υπηρεσιών. Η ελεύθερη κυκλοφορία υπηρεσίας περιλαμβάνει όχι μόνο καταστάσεις στις οποίες ο πάροχος ή ο αποδέκτης μεταβαίνει πέραν των συνόρων, αλλά επίσης καταστάσεις κατά τις οποίες η υπηρεσία παρέχεται διασυνοριακά. Η παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών ρυθμίζεται με διαφορετικούς τρόπους στα διάφορα κράτη μέλη ανάλογα με τα μέσα που χρησιμοποιούνται για τη δημοσίευση ή τη διάδοση διαφήμισης (π.χ. έντυπα, οπτικοακουστικά μέσα, επιγραμμικές πλατφόρμες κ.λπ.) και τους σκοπούς που επιδιώκονται από τους ισχύοντες κανόνες (π.χ. προστασία των καταναλωτών). Οι υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης υπόκεινται σε πρόσθετους ειδικούς κανόνες που επιβάλλουν υποχρεώσεις στους ανάδοχους – ιδίως στους πολιτικούς παράγοντες – και στους παρόχους υπηρεσιών.

Αναπτύσσονται υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης στην ΕΕ. Η συνολική ανάπτυξη και ιδιαίτερα η σημαντική αύξηση των σχετικών επιγραμμικών υπηρεσιών, σε ένα πλαίσιο ανομοιόμορφης επιβολής και κατακερματισμού των ρυθμίσεων, προκάλεσε ανησυχίες ότι η εσωτερική αγορά δεν είναι επί του παρόντος εξοπλισμένη για την παροχή πολιτικής διαφήμισης σε υψηλό επίπεδο διαφάνειας, ώστε να εξασφαλιστεί μια δίκαιη και ανοικτή δημοκρατική διαδικασία σε όλα τα κράτη μέλη. Οι ανησυχίες αυτές σχετικά με τα ρυθμιστικά κενά και την ανεπαρκή διαφάνεια έχουν ήδη παρακινήσει ορισμένα κράτη μέλη να παρέμβουν με μέτρα, ενώ άλλα σχεδιάζουν να παρέμβουν, αλλά η δράση σε εθνικό επίπεδο δεν μπορεί να καλύψει τα κενά στη διασυνοριακή επιβολή.

Η εθνική ρύθμιση της πολιτικής διαφήμισης επιβάλλει υποχρεώσεις στους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, οι οποίες προϋποθέτουν τη διαθεσιμότητα πολιτικής διαφήμισης και καθορίζουν στοιχεία του περιεχομένου της για την παροχή ειδικής διαφάνειας. Οι εν λόγω εθνικοί κανόνες αποσκοπούν, μεταξύ άλλων, στη διασφάλιση της λογοδοσίας και της συνολικής οργάνωσης μιας δίκαιης και ανοικτής πολιτικής διαδικασίας, μεταξύ άλλων με την υποστήριξη της παρακολούθησης της συμμόρφωσης των πολιτικών παραγόντων με τις σχετικές υποχρεώσεις. Οι εν λόγω **εθνικοί κανόνες είναι σημαντικά κατακερματισμένοι**, μεταξύ άλλων όσον αφορά τους σχετικούς ορισμούς και τη φύση των υποχρεώσεων.

Ο κατακερματισμός των ορισμών της πολιτικής διαφήμισης στα κράτη μέλη θέτει προκλήσεις όσον αφορά τον χαρακτηρισμό της διαφήμισης ως πολιτικής. Υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές ως προς το πεδίο εφαρμογής και την ουσία των υποχρεώσεων διαφάνειας που ισχύουν για τους παρόχους υπηρεσιών που παρέχουν υπηρεσίες που συνδέονται με την πολιτική διαφήμιση εντός των κρατών μελών και μεταξύ των κρατών μελών, ανάλογα με τα μέσα και τις εθνικές πολιτικές παραδόσεις, με αποτέλεσμα τον κατακερματισμό. Ορισμένα κράτη μέλη απαγορεύουν μόνο την ανώνυμη πολιτική διαφήμιση, άλλα απαιτούν να εμφανίζονται στη διαφήμιση συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με τη χρηματοδότηση ή την ταυτότητα του ανάδοχου και ορισμένα κράτη μέλη έχουν απαιτήσεις για την επισήμανση των πολιτικών διαφημίσεων ή για την ύπαρξη σαφούς διαχωρισμού μεταξύ διαφήμισης και συντακτικού περιεχομένου.

Οι τεχνολογικές αλλαγές — ιδίως στο επιγραμμικό περιβάλλον, που επέτρεψε τον πολλαπλασιασμό των διαφόρων νέων μέσων και μεθόδων χρηματοδότησης, προετοιμασίας, τοποθέτησης, προώθησης, δημοσίευσης και διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης — **έχουν καταστήσει την κατακερματισμένη κατάσταση και τα ζητήματα που συνδέονται με την παρακολούθηση και την επιβολή πιο περίπλοκα**. Μερικές φορές δεν είναι σαφές εάν οι απαιτήσεις, οι οποίες ενδέχεται να καθορίζονται με γενικούς κανόνες που περιέχονται στην εκλογική νομοθεσία, ισχύουν για όλα τα μέσα , συμπεριλαμβανομένου του επιγραμμικού περιβάλλοντος, γεγονός που αποτελεί πηγή περαιτέρω νομικής αβεβαιότητας για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης.

Ο κατακερματισμός αυτός θα αυξηθεί καθώς τα κράτη μέλη αναπτύσσουν νέους κανόνες για την αντιμετώπιση της ανάγκης διασφάλισης της διαφάνειας των πολιτικών διαφημίσεων, ιδίως στο πλαίσιο των τεχνολογικών εξελίξεων. Οι νέοι ad hoc εθνικοί κανόνες θα αυξήσουν πιθανώς τον κατακερματισμό των ουσιωδών στοιχείων διαφάνειας, όπως οι πληροφορίες που πρέπει να δημοσιεύονται και η μορφή τους, καθώς και του πεδίου εφαρμογής των εν λόγω απαιτήσεων. Αυτό είναι επίσης πιθανό να μειώσει περαιτέρω την ασφάλεια δικαίου, τόσο για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης όσο και για τους ανάδοχους των διαφημίσεων.

Αυτός ο **κατακερματισμός** των απαιτήσεων διαφάνειας δημιουργεί εμπόδια στην παροχή υπηρεσιών. **Συνεπάγεται ειδικό κόστος συμμόρφωσης** για τους παρόχους υπηρεσιών που πρέπει να επενδύσουν στον καθορισμό των εφαρμοστέων προτύπων και στην προσαρμογή της διαφήμισης στις διάφορες δικαιοδοσίες, ενώ παράλληλα αποτελεί πηγή νομικής αβεβαιότητας σχετικά με τις απαιτήσεις διαφάνειας που ισχύουν για την πολιτική διαφήμιση. Ο κατακερματισμός αυτός επίσης **περιορίζει τη δυνατότητα** των παρόχων υπηρεσιών που θα μπορούσαν να προσφέρουν τις σχετικές με την πολιτική διαφήμιση υπηρεσίες τους σε διάφορα κράτη μέλη να εισέλθουν στην αγορά άλλων κρατών μελών ή να αναπτύξουν νέες υπηρεσίες. Ως εκ τούτου, επίσης **περιορίζει τις δυνατότητες των αποδεκτών υπηρεσιών** στην εσωτερική αγορά και περιορίζει τις δυνατότητες και τις επιλογές για διασυνοριακές

εκστρατείες. Ειδικότερα, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις («ΜΜΕ») ενδέχεται να μην έχουν την ικανότητα να αντιμετωπίσουν τον καθορισμό και την προσαρμογή σε όλες τις διαφορετικές εθνικές απαιτήσεις και διαδικασίες. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης εξέφρασαν ανησυχίες σχετικά με τα εμπόδια αυτά κατά τη διάρκεια της διαβούλευσης που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της προετοιμασίας της παρούσας πρότασης.

Αυτό έχει επίσης αντίκτυπο στους πολίτες και τις αρμόδιες αρχές, καθώς οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων και οι πάροχοι συναφών υπηρεσιών μπορούν να βρίσκονται σε άλλο κράτος μέλος από εκείνα όπου βρίσκονται πολίτες που αντιμετωπίζουν την πολιτική διαφήμιση, με συγκεκριμένα ζητήματα που αφορούν την εποπτεία.

Οι ταχείες τεχνολογικές αλλαγές, το όλο και πιο κατακερματισμένο και προβληματικό κανονιστικό πλαίσιο και τα αυξανόμενα ποσά που δαπανώνται για την πολιτική διαφήμιση **καταδεικνύουν την ανάγκη ανάληψης δράσης** σε επίπεδο ΕΕ για τη διασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε ολόκληρη την Ένωση, διασφαλίζοντας παράλληλα το υψηλό επίπεδο διαφάνειας που καθιστά τις εκλογικές διαδικασίες στην ΕΕ πιο ανοικτές και δίκαιες.

Τα προτεινόμενα μέτρα βασίζονται στην ανάλυση της ισχύουσας ή σχεδιαζόμενης νομοθεσίας των κρατών μελών στον τομέα της πολιτικής διαφήμισης.

Υπό το πρίσμα του πλαισίου που περιγράφηκε ανωτέρω, η παρούσα πρόταση θα πρέπει να προβλέπει εναρμονισμένη απαίτηση διαφάνειας που θα ισχύει για τους οικονομικούς παράγοντες που παρέχουν πολιτική διαφήμιση και συναφείς υπηρεσίες (δηλαδή δραστηριότητες που κανονικά παρέχονται έναντι αμοιβής), σχετικά με την προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση και διάδοση πολιτικής διαφήμισης ή με τη διαφήμιση που απευθύνεται σε πολίτες σε ένα κράτος μέλος.

Η παρούσα πρόταση αποσκοπεί επίσης στην προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με τη θέσπιση κανόνων σχετικά με τη χρήση στόχευσης στο πλαίσιο της διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης.

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται απευθείας από τους πολίτες ή προκύπτουν από την επιγραμμική τους δραστηριότητα και την κατάρτιση προφίλ συμπεριφοράς καθώς και από άλλες αναλύσεις, **χρησιμοποιούνται για τη στόχευση πολιτικών μηνυμάτων** προς τους πολίτες μέσω της διοχέτευσης διαφημίσεων σε ομάδες και **για την ενίσχυση του αντίκτυπου και της κυκλοφορίας τους**, προσαρμόζοντας το περιεχόμενο και τη διάδοσή του με βάση τα χαρακτηριστικά που καθορίζονται μέσω της επεξεργασίας των εν λόγω δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ανάλυσής τους. Η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς αυτούς, ιδίως δεδομένων που θεωρούνται ευαίσθητα βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, έχει παρατηρηθεί ότι έχει **συγκεκριμένες αρνητικές επιπτώσεις στα δικαιώματα των πολιτών**, συμπεριλαμβανομένων των ελευθεριών γνώμης και πληροφόρησης, της λήψης πολιτικών αποφάσεων και της άσκησης των δικαιωμάτων ψήφου. Ορισμένα κράτη μέλη έχουν επίσης επιχειρήσει ή εξετάζουν το ενδεχόμενο παρέμβασης όσον αφορά τη στόχευση. Σε ένα πλαίσιο όπου εναρμονίζονται οι κανόνες για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τα αφορούν και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών, απαιτείται δράση σε επίπεδο Ένωσης και ενδείκνυται για τη διασφάλιση ειδικής πρόσθετης προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα όταν χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο της στόχευσης της πολιτικής διαφήμισης.

Ως εκ τούτου, η παρούσα πρόταση θα πρέπει επίσης να εξετάσει τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της δημοσίευσης, διάδοσης ή προώθησης της πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από όλους τους υπευθύνους επεξεργασίας, δηλαδή, πέραν των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης.

Η ανάγκη αντιμετώπισης των ζητημάτων αυτών ανακοινώθηκε στις πολιτικές κατευθυντήριες γραμμές του Προέδρου της Επιτροπής και συνάδει με το ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης για τη δημοκρατία[1] («ΕΣΔΔ») που παρουσίασε η Επιτροπή τον Δεκέμβριο του 2020. Το σχέδιο δράσης αναγνώρισε την ανάγκη για μεγαλύτερη διαφάνεια στην πολιτική διαφήμιση και επικοινωνία, καθώς και στις συναφείς εμπορικές δραστηριότητες, προκειμένου να μπορούν οι πολίτες, η κοινωνία των πολιτών και οι υπεύθυνες αρχές να γνωρίζουν σαφώς την πηγή και τον σκοπό της εν λόγω διαφήμισης.

Τα μέτρα αυτά πρέπει να τεθούν σε εφαρμογή το 2023 προκειμένου να είναι αποτελεσματικά πριν από τις εκλογές του 2024 για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

- **Συνοχή με ισχύουσες διατάξεις στον τομέα πολιτικής**

Η παρούσα πρόταση συμπληρώνει την πρόταση για την πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες («ΠΨΥ»)[2], η οποία περιλαμβάνει ορισμένες γενικές υποχρεώσεις διαφάνειας για τους επιγραμμικούς ενδιάμεσους όσον αφορά τη διαφάνεια της επιγραμμικής διαφήμισης, και το ευρύτερο πλαίσιο της ΕΕ για την αγορά ψηφιακών υπηρεσιών[3]. Θα καλύπτει τόσο επιγραμμικές όσο και μη επιγραμμικές δραστηριότητες. Σε σύγκριση με την ΠΨΥ, επεκτείνει τις κατηγορίες πληροφοριών που πρέπει να δημοσιοποιούνται στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης, καθώς και το πεδίο εφαρμογής των σχετικών παρόχων υπηρεσιών. Ενώ η ΠΨΥ επιβάλλει απαιτήσεις διαφάνειας στις επιγραμμικές πλατφόρμες, η παρούσα πρωτοβουλία καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των εκδοτών πολιτικής διαφήμισης, καθώς και άλλων σχετικών παρόχων υπηρεσιών που συμμετέχουν στην προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση και διάδοση πολιτικών διαφημίσεων. Υπάρχει συμπληρωματικότητα και συνέργειες με την απαίτηση της ΠΨΥ να υπάρχουν εκτιμήσεις των συστημικών κινδύνων από πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες που απορρέουν από τη λειτουργία και τη χρήση συστημάτων για την επιλογή και την προβολή διαφημίσεων, με πραγματικά ή προβλέψιμα αποτελέσματα που σχετίζονται με τις εκλογικές διαδικασίες.

Η πρόταση συνάδει με τη δέσμη μέτρων για τις εκλογές που παρουσιάστηκε τον Σεπτέμβριο του 2018, συμπεριλαμβανομένης της σύστασης για τα δίκτυα εκλογικής συνεργασίας, τη διαφάνεια στο διαδίκτυο, την προστασία από περιστατικά κυβερνοασφάλειας και την καταπολέμηση των εκστρατειών παραπληροφόρησης[4], η οποία προωθεί τη συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων αρχών σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο για την προστασία των εκλογών και περιέχει ειδικές συστάσεις που αποσκοπούν στην προώθηση της διαφάνειας της πολιτικής επικοινωνίας, καθώς και τις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την εφαρμογή της

---

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

2 https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12418-Digital-Services-Act-package-ex-ante-regulatory-instrument-of-very-large-online-platforms-acting-as-gatekeepers and https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-Digital-Services-Act-deepening-the-Internal-Market-and-clarifying-responsibilities-for-digital-services

3 Αυτό περιλαμβάνει το μη δεσμευτικό έγγραφο https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online· καθώς και το εθελοντικό 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

ενωσιακής νομοθεσίας για την προστασία των δεδομένων υποστηρίζοντας τη συμμόρφωση με τον κανονισμό (EU) 2016/679.

Ο κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 και άλλοι κανόνες της Ένωσης για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των επικοινωνιών (συμπεριλαμβανομένων του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 και της οδηγίας 2002/58/ΕΚ) εφαρμόζονται ήδη στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης. Ο παρών προτεινόμενος κανονισμός βασίζεται στις διατάξεις που ισχύουν για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης, οι οποίες περιέχονται στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 2016/679 και στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 2018/1725, και τις συμπληρώνει. Κωδικοποιεί στοιχεία της καθοδήγησης που παρέχεται από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων καθιστώντας υποχρεωτική στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης την παροχή πληροφοριών στο θέμα των δεδομένων (πηγή των δεδομένων και σχετική λογική)[5].

Βασίζεται επίσης στον κώδικα δεοντολογίας της ΕΕ για την παραπληροφόρηση, ο οποίος καθορίζει δεσμεύσεις των επιγραμμικών πλατφορμών όσον αφορά τη διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης και της διαφήμισης βάσει θέματος και ο οποίος επί του παρόντος τελεί υπό αναθεώρηση από τους υφιστάμενους υπογράφοντες και μελλοντικούς υπογράφοντες του κώδικα, σύμφωνα με το έγγραφο καθοδήγησης της Επιτροπής σχετικά με την ενίσχυση του κώδικα δεοντολογίας[6] Οι δεσμεύσεις και οι δράσεις που αναλαμβάνονται στο πλαίσιο του κώδικα δεοντολογίας θα πρέπει να δημιουργήσουν γέφυρα προς την ισχύουσα νομοθεσία με πρακτικές λύσεις καθοδηγούμενες από τον κλάδο. Μόλις εγκριθεί η παρούσα νομοθεσία, τα συμβαλλόμενα μέρη του κώδικα θα πρέπει να εφαρμόσουν και να συμπληρώσουν τους κανόνες του και στο πλαίσιο του κώδικα δεοντολογίας.

Στον βαθμό που οι εν λόγω υποχρεώσεις εμπίπτουν στην αρμοδιότητα των ρυθμιστικών αρχών που ορίζονται σε αυτά τα υφιστάμενα πλαίσια, θα πρέπει να παρακολουθούνται και να επιβάλλονται από τους ίδιους φορείς και να συντονίζονται μεταξύ των σχετικών υφιστάμενων και προβλεπόμενων ευρωπαϊκών δομών συνεργασίας, συμπεριλαμβανομένου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Προστασίας Δεδομένων. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Συνεργασίας για τις Εκλογές, το οποίο δημιουργήθηκε το 2018 και συγκεντρώνει σημεία επαφής εθνικών εκλογικών δικτύων αποτελούμενα από διαφορετικές αρχές με αρμοδιότητα στον τομέα αυτό, θα πρέπει να παρέχει ένα πλαίσιο για τη στήριξη του ενισχυμένου συντονισμού και της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών μεταξύ των αρμόδιων αρχών στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης.

- **Συνέπεια με άλλες πολιτικές της Ένωσης**

Η παρούσα πρόταση συνδέεται επίσης στενά με το έργο που επιτελείται επί των άλλων πρωτοβουλιών στη δέσμη μέτρων για τη διαφάνεια και τη δημοκρατία του προγράμματος εργασίας της Επιτροπής.[7]

Το ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης για τη δημοκρατία περιλαμβάνει μια σειρά πρωτοβουλιών που συμβάλλουν στην προστασία της ακεραιότητας των εκλογών και στην προώθηση της

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

6 Έγγραφο καθοδήγησης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με την ενίσχυση του κώδικα δεοντολογίας για την παραπληροφόρηση (COM(2021) 262 final) https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation

7 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:52020DC0690&qid=1613573215712

δημοκρατικής συμμετοχής. Βασίζεται, μεταξύ άλλων, στην πείρα που αποκτήθηκε στο πλαίσιο της εφαρμογής της δέσμης μέτρων της Επιτροπής για τις εκλογές του 2018[8] και στο έργο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές.

Η παρούσα πρόταση συμπληρώνει επίσης την πρόταση τροποποίησης του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1141/2014 σχετικά με το καθεστώς και τη χρηματοδότηση των ευρωπαϊκών πολιτικών κομμάτων και ιδρυμάτων. Η τροποποίηση του παρόντος κανονισμού που υπέβαλε η Επιτροπή περιλαμβάνει ειδικούς κανόνες που αποσκοπούν στη διασφάλιση της συμμόρφωσης των ευρωπαϊκών πολιτικών κομμάτων με υψηλά πρότυπα διαφάνειας κατά τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων.

Τέλος, η παρούσα πρόταση είναι σε συνέργεια με τις προσπάθειες που καταβάλλει η ΕΕ εξωτερικά στον τομέα της παρακολούθησης εκλογών (αποστολές παρατήρησης εκλογών της ΕΕ και επακολούθησή τους). Οι αποστολές παρατήρησης εκλογών (ΑΠΕ) αξιολογούν την επιγραμμική πολιτική διαφήμιση κατά τη διάρκεια των προεκλογικών εκστρατειών και ενδέχεται να προτείνουν μέτρα για τη βελτίωση του κανονιστικού πλαισίου τους κατά τη διάρκεια μιας εκλογικής διαδικασίας. Στη συνέχεια, η Ευρωπαϊκή Ένωση συμβουλεύει και στηρίζει τις χώρες εταίρους στην εφαρμογή αυτών των συστάσεων, από κοινού με τους διεθνείς εταίρους. Στο πλαίσιο της διακήρυξης αρχών (DoP) για τη διεθνή παρακολούθηση εκλογών που εγκρίθηκε από τον ΟΗΕ, αναπτύχθηκαν κοινές κατευθυντήριες γραμμές για την παρατήρηση της επιγραμμικής εκστρατείας

2. ΝΟΜΙΚΗ ΒΑΣΗ, ΕΠΙΚΟΥΡΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ

• Νομική βάση

Η νομική βάση της πρότασης είναι καταρχάς το άρθρο 114 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης («ΣΛΕΕ»), το οποίο προβλέπει τη θέσπιση μέτρων για τη διασφάλιση της εγκαθίδρυσης και της λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς. Η διάταξη αυτή επιτρέπει τη λήψη μέτρων για την προσέγγιση των νομοθετικών, κανονιστικών ή διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών που έχουν ως αντικείμενο την εγκαθίδρυση και τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Αποτελεί την κατάλληλη νομική βάση για παρέμβαση που καλύπτει τους παρόχους υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά και αντιμετωπίζει τις διαφορές μεταξύ των διατάξεων των κρατών μελών που παρεμποδίζουν τις θεμελιώδεις ελευθερίες και έχουν άμεσο αντίκτυπο στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς.

Μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών υπάρχουν και αναπτύσσονται διαφορές, δεδομένου ότι ορισμένα κράτη μέλη έχουν νομοθετήσει ή προτίθενται να νομοθετήσουν σχετικά με τις απαιτήσεις διαφάνειας που ισχύουν για τις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης. Η κατάσταση αυτή δημιουργεί κανονιστικό κατακερματισμό στον βαθμό που οι κανόνες που αφορούν τη διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης αποκλίνουν ως προς τα συγκεκριμένα στοιχεία της διαφάνειας που απαιτούν (τις πληροφορίες που πρέπει να δημοσιοποιούνται με μια διαφήμιση και τη μορφή της) και το πεδίο εφαρμογής τους (τα είδη διαφήμισης που θεωρούνται πολιτικά και τα μέσα ενημέρωσης στα οποία απευθύνονται) και αυξάνουν το κόστος συμμόρφωσης για τους παρόχους υπηρεσιών που δραστηριοποιούνται στην εσωτερική αγορά. Χωρίς δράση σε επίπεδο Ένωσης, αυτό θα επιδεινωθεί περαιτέρω με την έγκριση νέων πρωτοβουλιών σε ορισμένα κράτη μέλη, ενώ σε άλλα κράτη μέλη δεν αντιμετωπίζεται το θέμα της διαφάνειας των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης. Ως εκ τούτου, είναι αναγκαία η εναρμόνιση σε επίπεδο ΕΕ και το άρθρο 114 της ΣΛΕΕ αποτελεί τη σχετική νομική βάση για

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

την παρούσα πρωτοβουλία. Η πρωτοβουλία αυτή θα άρει ορισμένα υφιστάμενα εμπόδια που σχετίζονται με τη διαφάνεια και θα ενισχύσει πραγματικά τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Δεν είναι αναγκαίο για τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς ούτε σκόπιμο υπό το πρίσμα των αρμοδιοτήτων της Ένωσης να παρεμβαίνει μέσω εθνικών κανόνων που περιορίζουν τη διαθεσιμότητα των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε ορισμένες κατηγορίες ανάδοχων ή περιόδου, ή που θέτουν ανώτατο όριο στη χρηματοδότηση ή στο μέσο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί. Οι κανόνες αυτοί είναι εγγενείς στο εθνικό εκλογικό δίκαιο και δεν αποτελούν μέρος της λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς.

Επιπλέον, δεδομένου ότι η παρούσα πρόταση περιέχει ορισμένους ειδικούς κανόνες για την προστασία των ατόμων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως περιορισμούς των τεχνικών στόχευσης που θεωρούνται ότι επηρεάζουν αρνητικά τα δικαιώματα, όταν χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης, είναι σκόπιμο να βασιστεί ο παρών κανονισμός, όσον αφορά τους εν λόγω ειδικούς κανόνες, στο άρθρο 16 της ΣΛΕΕ.

- **Επικουρικότητα (σε περίπτωση μη αποκλειστικής αρμοδιότητας)**

Σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας που ορίζεται στο άρθρο 5 παράγραφος 3 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΣΕΕ), επιβάλλεται ανάληψη δράσης σε επίπεδο ΕΕ μόνον εφόσον τα κράτη μέλη δεν είναι σε θέση από μόνα τους να επιτύχουν επαρκώς τους επιδιωκόμενους στόχους και, συνεπώς, λόγω της κλίμακας ή των επιπτώσεων της προτεινόμενης δράσης, οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν καλύτερα από την ΕΕ.

Αρκετά κράτη μέλη έχουν νομοθετήσει ή προτίθενται να νομοθετήσουν στον τομέα της διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης. Καθώς οι κανόνες αυτοί διαφέρουν ως προς το πεδίο εφαρμογής, το περιεχόμενο και το αποτέλεσμά τους, εμφανίζεται ένα ανομοιογενές πλαίσιο εθνικών κανόνων που κινδυνεύει να γίνει πιο κατακερματισμένο. Αυτό υπονομεύει την αποτελεσματική άσκηση της ελευθερίας εγκατάστασης και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών στην Ένωση.

Επιπλέον, ο διασυνοριακός χαρακτήρας ορισμένων δραστηριοτήτων, μεταξύ άλλων και στο επιγραμμικό περιβάλλον, δημιουργεί σημαντικές προκλήσεις για την αμιγώς εθνική ρύθμιση στον τομέα αυτό. Είναι απίθανο ότι τα κράτη μέλη, ενεργώντας ανεξάρτητα, θα ήταν σε θέση να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τα εντοπισθέντα προβλήματα. Επιπλέον, η διάκριση μεταξύ αμιγώς εγχώριων και δυνητικά διασυνοριακών καταστάσεων είναι στην πράξη δύσκολη.

Η ανάγκη για δράση της ΕΕ καταδείχθηκε επίσης από τη δράση ορισμένων παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και των πολιτικών παραγόντων που τις χρησιμοποιούν. Κατά τις τελευταίες ευρωπαϊκές εκλογές, ορισμένες μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες έλαβαν μέτρα για να αντιμετωπίσουν την πρόκληση που παρουσιάστηκε λόγω της ανασφάλειας δικαίου και του κατακερματισμού της εσωτερικής αγοράς, γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα τον καταμερισμό της. Αυτό αποδείχθηκε σημαντικό ζήτημα για τους ανάδοχους πολιτικής διαφήμισης, δηλαδή τα πολιτικά κόμματα που επιδιώκουν να δημοσιεύσουν και να διαδώσουν πολιτική διαφήμιση σε ολόκληρη την ΕΕ.

Τα κοινά υψηλά πρότυπα διαφάνειας της ΕΕ για την πολιτική διαφήμιση και τις συναφείς υπηρεσίες θα συνέβαλαν στην ενίσχυση της ασφάλειας δικαίου, ιδίως για τους παρόχους υπηρεσιών. Το πρόσθετο κόστος συμμόρφωσης που συνεπάγεται η διασυνοριακή παροχή υπηρεσίας θα εξαλειφόταν και ο κίνδυνος μη συμμόρφωσης θα μειωνόταν. Αυτό με τη σειρά του θα ήρε το κίνητρο για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να κατατμήσουν

την εσωτερική αγορά και θα παρείχε ένα νέο κίνητρο για την παροχή διασυνοριακών υπηρεσιών και για την ανάπτυξη νέων.

Αντιθέτως, τα αποτελέσματα κάθε δράσης που αναλαμβάνεται βάσει του εθνικού δικαίου θα περιορίζονταν σε ένα μόνο κράτος μέλος και θα υπήρχε κίνδυνος καταστρατήγησης ή δυσκολία επίβλεψής τους σε σχέση με παρόχους υπηρεσιών από άλλα κράτη μέλη, και θα μπορούσαν να συγκρούονται με την ελεύθερη κυκλοφορία εντός της εσωτερικής αγοράς. Επίσης, αυτό δεν θα αντιμετώπιζε τα προβλήματα που εντοπίζονται σε επίπεδο ΕΕ και μπορεί επίσης να επιδεινώσει τις επιπτώσεις του κατακερματισμού. Ένα σύστημα της ΕΕ θα βοηθούσε επίσης τις αρμόδιες αρχές στα εποπτικά τους καθήκοντα, άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες να ασκήσουν τον ρόλο τους στη δημοκρατική διαδικασία και θα ενίσχυε τη συνολική ανθεκτικότητα της ΕΕ στη χειραγώγηση της πληροφόρησης και τις παρεμβάσεις στις εκλογικές διαδικασίες, συμπεριλαμβανομένης της παραπληροφόρησης.

Ο προτεινόμενος κανονισμός δεν υπερβαίνει τα αναγκαία όρια και, ειδικότερα, δεν εξετάζει άλλα ζητήματα που σχετίζονται με την πολιτική διαφήμιση πέραν της διαφάνειας και της χρήσης τεχνικών στόχευσης. Δεν παρεμβαίνει σε άλλες πτυχές που ρυθμίζονται σε εθνικό επίπεδο, όπως η νομιμότητα του περιεχομένου της πολιτικής διαφήμισης και οι περίοδοι κατά τις οποίες επιτρέπονται οι διαφημίσεις, ή η φύση των συμμετεχόντων στη δημοκρατική διαδικασία.

Ο προτεινόμενος κανονισμός δεν προβλέπει απαραιτήτως τη δημιουργία οποιωνδήποτε πρόσθετων αρχών ή φορέων σε επίπεδο κρατών μελών. Αναθέτει την εποπτεία και την επιβολή των διατάξεών του στις σχετικές αρμόδιες εθνικές αρχές, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που έχουν αναλάβει καθήκοντα βάσει της ισχύουσας σχετικής ενωσιακής νομοθεσίας. Ως εκ τούτου, τα κράτη μέλη ενδέχεται να διορίζουν υφιστάμενες τομεακές αρχές, στις οποίες επίσης ανατίθενται οι εξουσίες παρακολούθησης και επιβολής των διατάξεων του παρόντος κανονισμού, και να αξιοποιούν την εμπειρογνωσία τους. Τα κράτη μέλη θα είναι υπεύθυνα να διασφαλίζουν ότι οι εν λόγω αρχές διαθέτουν την αναγκαία ικανότητα για τη διασφάλιση της προστασίας των δικαιωμάτων των πολιτών στο πλαίσιο της διαφανούς πολιτικής διαφήμισης.

Τα κράτη μέλη θα βασίζονται στη δομή συνεργασίας που ορίζεται σε επίπεδο Ένωσης. Θα πρέπει να ορίσουν τις αρχές βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης με τις διατάξεις σχετικά με τη στόχευση που θεσπίζονται με τον παρόντα κανονισμό. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας Δεδομένων και ο μηχανισμός συνεκτικότητας που θεσπίζεται βάσει του εν λόγω κανονισμού θα εφαρμόζονται αναλόγως.

Ο παρών κανονισμός θα στηρίζει τις εθνικές αρμόδιες αρχές στην αποτελεσματικότερη εκτέλεση των καθηκόντων τους, ιδίως όσον αφορά την επιγραμμική και τη διασυνοριακή διαφήμιση, απαιτώντας την παροχή πληροφοριών σχετικά με τις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης.

Η συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων αρχών για την εκτέλεση των καθηκόντων τους θα είναι ουσιαστικής σημασίας. Τα εθνικά εκλογικά δίκτυα που δημιουργήθηκαν βάσει της σύστασης C(2018) 5949 final προβλέπουν μια δομή για την εν λόγω συνεργασία μεταξύ των αρχών σε εθνικό επίπεδο, με παράλληλο σεβασμό των αρμοδιοτήτων κάθε αρχής που αποτελεί μέρος του εν λόγω δικτύου.

Η Επιτροπή υποστηρίζει τη συνεργασία μεταξύ των αρχών σε επίπεδο Ένωσης, μεταξύ άλλων στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές.

Με τον τρόπο αυτό θα υποστηρίζεται η δημιουργία μιας ευρωπαϊκής ρυθμιζόμενης και καινοτόμου αγοράς για υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, την οποία εμπιστεύονται οι πολίτες και η οποία υποστηρίζει την ακεραιότητα της δημοκρατικής διαδικασίας.

- **Αναλογικότητα**

Όσον αφορά την αναλογικότητα, το περιεχόμενο και η μορφή της προτεινόμενης δράσης δεν υπερβαίνουν τα αναγκαία για να επιτευχθεί ο στόχος της εξασφάλισης της ορθής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς.

Η πρόταση βασίζεται στα υφιστάμενα και τα μελλοντικά νομικά πλαίσια της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένου του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, και είναι αναλογική και αναγκαία για την επίτευξη των στόχων της. Τα προβλεπόμενα μέτρα είναι αναγκαία για την αντιμετώπιση του κατακερματισμού του σχετικού κανονιστικού πλαισίου.

Η αναλογικότητα των υποχρεώσεων διαφάνειας έχει εξεταστεί προσεκτικά και αντικατοπτρίζεται, για παράδειγμα, στη θέσπιση ασύμμετρων υποχρεώσεων σε διάφορους τύπους παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης. Άλλες επιλογές, όπως η απαγόρευση της παροχής διασυνοριακών υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ή η στόχευση για πολιτικούς διαφημιστικούς σκοπούς σε όλες τις περιπτώσεις, απορρίφθηκαν, καθώς θεωρήθηκαν δυσανάλογες για την επίτευξη των στόχων που επιδιώκονται με τον παρόντα κανονισμό.

Η πρόταση θεσπίζει περιορισμένες υποχρεώσεις διαφάνειας για όλους τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που συμμετέχουν στην προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση και διάδοση της πολιτικής διαφήμισης, συμπεριλαμβανομένης της τήρησης αρχείων για τη συμμετοχή τους στη συγκεκριμένη πολιτική διαφήμιση. Οι εκδότες διαφημίσεων, οι οποίοι βρίσκονται σε άμεση επαφή με τους πολίτες, πρέπει με τη σειρά τους να συμμορφώνονται με συγκεκριμένες υποχρεώσεις διαφάνειας, συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης και δημοσίευσης ανακοίνωσης διαφάνειας για κάθε διαφήμιση που δημοσιεύεται. Οι ΜΜΕ απαλλάσσονται από την υποχρέωση υποβολής περιοδικών εκθέσεων σχετικά με την πολιτική διαφήμιση και έχουν τη δυνατότητα να ορίζουν εξωτερικό πρόσωπο ως σημείο επαφής για την αλληλεπίδραση με τις αρμόδιες εθνικές αρχές. Η Επιτροπή προτίθεται να ενισχύσει τις προσπάθειες συμμόρφωσης που απορρέουν από τον παρόντα κανονισμό στηρίζοντας την κατάρτιση, την ευαισθητοποίηση και άλλα μέτρα.

Το κόστος με το οποίο επιβαρύνονται οι παράγοντες είναι ανάλογο προς τους στόχους που επιτυγχάνονται και τα οικονομικά οφέλη, καθώς και τα οφέλη σε επίπεδο φήμης τα οποία μπορούν να προσδοκούν οι παράγοντες από την παρούσα πρόταση. Η άρση των εμποδίων που προκύπτουν από την ανασφάλεια δικαίου και τον κατακερματισμό θα ενισχύσει την ανάπτυξη μιας ευρωπαϊκής βιομηχανίας υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης με βάση υψηλά πρότυπα διαφάνειας και θα επιτρέψει στις υφιστάμενες εθνικές επιχειρήσεις να επεκταθούν.

Οι περιορισμοί στη στόχευση της πολιτικής διαφήμισης είναι αναλογικοί, διότι περιορίζονται αυστηρά ως προς το πεδίο εφαρμογής τους στις συγκεκριμένες δραστηριότητες στόχευσης στο πολιτικό πλαίσιο για τις οποίες έχει διαπιστωθεί ότι θέτουν σε σοβαρό κίνδυνο τα θεμελιώδη δικαιώματα του ατόμου.

- **Επιλογή της νομικής πράξης**

Το άρθρο 114 και το άρθρο 16 της ΣΛΕΕ παρέχουν στον νομοθέτη την εξουσία να εκδίδει κανονισμούς και οδηγίες.

Ο κανονισμός θεωρείται το καταλληλότερο νομικό μέσο για τον καθορισμό του πλαισίου διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης στην Ένωση. Η επιλογή ενός κανονισμού ως νομικού μέσου δικαιολογείται από την ανάγκη ομοιόμορφης εφαρμογής των νέων κανόνων, όπως ο ορισμός της πολιτικής διαφήμισης και οι υποχρεώσεις διαφάνειας που πρέπει να πληρούν οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης κατά την προετοιμασία ή τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων.

Η άμεση εφαρμογή ενός κανονισμού σύμφωνα με το άρθρο 288 της ΣΛΕΕ θα μειώσει τον νομικό κατακερματισμό και θα παράσχει μεγαλύτερη ασφάλεια δικαίου με τη θέσπιση υψηλών προτύπων διαφάνειας για την πολιτική διαφήμιση, τα οποία θα παρέχουν ασφάλεια δικαίου για τους σχετικούς παρόχους υπηρεσιών και θα αποτρέπουν αποκλίσεις που εμποδίζουν την ελεύθερη παροχή των σχετικών υπηρεσιών εντός της εσωτερικής αγοράς.

Ωστόσο, οι διατάξεις του προτεινόμενου κανονισμού δεν θίγουν τις εθνικές αρμοδιότητες για την οργάνωση της εκλογικής διαδικασίας και αφήνουν στον κλάδο το περιθώριο να θεσπίσει πρότυπα που θα επιτρέπουν την αποτελεσματική δημοσίευση και διαβίβαση πληροφοριών βάσει του κανονισμού, τον εξορθολογισμό της συμμόρφωσης και την προώθηση της καινοτομίας.

Όσον αφορά τη διαμόρφωση ειδικών τεχνικών στόχευσης, η χρήση κανονισμού είναι σύμφωνη με τον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679, ο οποίος αποτελεί και ο ίδιος κανονισμό.

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΚ ΤΩΝ ΥΣΤΕΡΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΩΝ, ΤΩΝ ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΕΩΝ ΜΕ ΤΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΚΤΙΜΗΣΕΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ

- **Διαβουλεύσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη**

Η παρούσα πρόταση είναι το αποτέλεσμα εκτενούς διαβούλευσης με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, στο πλαίσιο της οποίας εφαρμόστηκαν από την Επιτροπή οι γενικές αρχές και τα ελάχιστα πρότυπα για τη διαβούλευση των ενδιαφερόμενων μερών.

Μια διαβούλευση σχετικά με την αρχική εκτίμηση επιπτώσεων που δημοσιεύθηκε στις 26 Ιανουαρίου 2021 παρείχε πληροφορίες για την ανάπτυξη του ορισμού του προβλήματος και των επιλογών πολιτικής. Από τις 22 Ιανουαρίου έως τις 2 Απριλίου 2021 πραγματοποιήθηκε ανοικτή δημόσια διαβούλευση (ΑΔΔ). Η ΑΔΔ προωθήθηκε μέσω του δικτυακού τόπου της Επιτροπής καθώς και μέσω ειδικών δικτύων.

Η Επιτροπή διοργάνωσε συναντήσεις με βασικά ενδιαφερόμενα μέρη για τη συγκέντρωση πρόσθετων στοιχείων και δεδομένων σχετικά με τα συγκεκριμένα προβλήματα που αντιμετωπίζονται από την πρωτοβουλία, καθώς και σχετικά με την προσέγγιση πολιτικής και τον αντίκτυπό της. Διεξήγαγε επίσης στοχευμένες διμερείς διαβουλεύσεις και ανέλυσε πολυάριθμα έγγραφα θέσης και ανάλυσης που ελήφθησαν, ιδίως στο πλαίσιο της προετοιμασίας της πρωτοβουλίας. Η εκπόνηση της εκτίμησης επιπτώσεων στην οποία βασίζεται η πρωτοβουλία υποστηρίχθηκε από εξωτερική μελέτη. Ο ανάδοχος διεξήγαγε σειρά επιμέρους διαβουλεύσεων με βασικά ενδιαφερόμενα μέρη.

Συνολικά, υπάρχει γενική συμφωνία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών σχετικά με την ανάγκη ανάληψης δράσης σε επίπεδο Ένωσης. Η μεγάλη πλειονότητα των ενδιαφερόμενων μερών συμφωνεί ότι υπάρχουν νομοθετικά κενά ή ότι απαιτείται νέα νομοθεσία. Ένας περιορισμένος αριθμός εξέφρασε ανησυχίες σχετικά με τα εκλογικά ζητήματα ως εθνικό προνόμιο.

Η ΑΔΔ δείχνει ότι η πλειονότητα των **πολιτών** πιστεύει ότι οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων θα πρέπει να διατηρούν ορισμένες βασικές πληροφορίες από εκείνους που πραγματοποιούν τέτοιες διαφημίσεις.

Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ζήτησαν ιδίως έναν κοινό ορισμό της ΕΕ που θα τους επιτρέπει να προσδιορίζουν ποια διαφήμιση είναι πολιτική διαφήμιση και μια κοινή προσέγγιση για την πρόβλεψη αναλογικών απαιτήσεων για την επισήμανση της χορηγούμενης πολιτικής διαφήμισης, μεταξύ άλλων όσον αφορά την ταυτότητα του ανάδοχου της διαφήμισης. Οι πάροχοι επισήμαναν την αβεβαιότητα και το κόστος που σχετίζεται με τον προσδιορισμό και τη συμμόρφωση με τις σχετικές υποχρεώσεις διαφάνειας κατά την παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε διασυνοριακό επίπεδο ή σε πολλά κράτη μέλη.

Οι οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών υποστήριξαν ιδιαίτερα υψηλή διαφάνεια όσον αφορά την πολιτική διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένου του ζητήματος σχετικά με το ποιες διαφημίσεις εμφανίζονται σε ποιον, γιατί και ποιος έχει πληρώσει γι' αυτές. Θεωρούσαν ότι τα ήπια μέτρα δεν επαρκούσαν από την άποψη αυτή. Ζήτησαν επίσης να αντιμετωπιστεί το ζήτημα της στόχευσης πέραν της διαφάνειας.

Τα κράτη μέλη εξέφρασαν την ικανοποίησή τους για την πρωτοβουλία και συμφώνησαν με την ανάγκη ρύθμισης της πολιτικής διαφήμισης σε επίπεδο ΕΕ. Τα κράτη μέλη υποστήριξαν επίσης μέτρα που θα ενισχύσουν την πρόσβαση των ερευνητών σε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την πολιτική διαφήμιση. Τα κράτη μέλη υπογράμμισαν την ύπαρξη ρυθμιστικών κενών και κενών επιβολής κατά την παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε διασυνοριακό επίπεδο.

Τα ευρωπαϊκά πολιτικά κόμματα επεσήμαναν ότι στην ενίσχυση της ευρωπαϊκής δημοκρατίας θα συμβάλουν μέτρα επισήμανσης που βοηθούν τους πολίτες να εντοπίζουν πότε εκτίθενται σε πολιτική διαφήμιση. Εξέφρασαν ιδιαίτερη ανησυχία για τον τρόπο με τον οποίο η πολιτική που εφαρμόστηκε από ορισμένες πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά τις προηγούμενες εκλογές για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο επηρέασε αρνητικά τις δραστηριότητές τους σε ενωσιακό/διασυνοριακό επίπεδο.

- **Συλλογή και χρήση εμπειρογνωσίας**

Η Επιτροπή βασίστηκε σε ευρύ φάσμα εμπειρογνωμοσύνης για την κατάρτιση της παρούσας πρότασης.

Σχετικές εργασίες στο Συμβούλιο (συμπεριλαμβανομένων των αρμόδιων ομάδων εργασίας) και στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (μεταξύ άλλων στις επιτροπές που είναι αρμόδιες για τις συνταγματικές υποθέσεις και τις νομικές υποθέσεις· πολιτικές ελευθερίες, εσωτερική αγορά και προστασία των καταναλωτών, δικαιοσύνη και εσωτερικές υποθέσεις και ειδική επιτροπή για τις εξωτερικές παρεμβάσεις) συνέβαλαν σημαντικά στη διαδικασία αυτή.

Εκτός από την ΑΔΔ που περιγράφεται ανωτέρω, η Επιτροπή έχει συμμετάσχει σε αρκετές συναντήσεις ενδιαφερόμενων μερών, με ερωτήσεις προσαρμοσμένες σε κάθε κατηγορία.

Στις 18 Μαρτίου 2021, η Επιτροπή συζήτησε την πρωτοβουλία με τον εμπειρογνώμονα των κρατών μελών σε ειδική συνεδρίαση του συστήματος έγκαιρης προειδοποίησης. Παρευρέθηκαν εκπρόσωποι των κρατών μελών και της ομάδας των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων. Ζητήθηκε επίσης η γνώμη εμπειρογνωμόνων των κρατών μελών στις 25 Μαρτίου 2021, στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές. Ελήφθησαν επίσης πληροφορίες από τις εισηγήσεις των κρατών μελών σε προηγούμενες συνεδριάσεις του εν λόγω δικτύου από το 2019, μεταξύ

άλλων κατά την προετοιμασία εκτενούς χαρτογράφησης των σχετικών εθνικών νομοθεσιών και διαδικασιών.

Τέλος, η μελέτη που υποστηρίζει την εκτίμηση επιπτώσεων ενσωματώνει μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που δείχνει ότι υπάρχει μια αναδυόμενη ακαδημαϊκή συναίνεση σχετικά με την ανάγκη για ειδική διαφάνεια για την πολιτική διαφήμιση και τον έλεγχο της χρήσης δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε σχέση με την πολιτική διαφήμιση (ιδίως στο διαδίκτυο).

Η καθοδήγηση από διεθνείς φορείς καθορισμού προτύπων, όπως το Συμβούλιο της Ευρώπης, απαιτεί επίσης ειδική διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης, μεταξύ άλλων ιδίως όσον αφορά τη χορηγία και τη χρηματοδότηση, και, όπου είναι επιγραμμικά, τον μηχανισμό παράδοσης (π.χ. αλγόριθμοι, δεδομένα).

- **Εκτίμηση επιπτώσεων**

Σύμφωνα με την πολιτική της για τη «βελτίωση της νομοθεσίας», η Επιτροπή διενήργησε εκτίμηση των επιπτώσεων για την παρούσα πρόταση, η οποία εξετάστηκε από την επιτροπή ρυθμιστικού ελέγχου της Επιτροπής. Στις 29 Σεπτεμβρίου 2021 πραγματοποιήθηκε συνεδρίαση με την επιτροπή ρυθμιστικού ελέγχου, την οποία ακολούθησε θετική γνώμη με επιφυλάξεις. Η εκτίμηση επιπτώσεων αναθεωρήθηκε περαιτέρω προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι επιφυλάξεις της επιτροπής ρυθμιστικού ελέγχου.

Η Επιτροπή εξέτασε διάφορες επιλογές πολιτικής για την επίτευξη του γενικού στόχου της πρότασης, ο οποίος συνίσταται στη διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας της ενιαίας αγοράς με τη θέσπιση κανόνων για υψηλό επίπεδο διαφάνειας όσον αφορά την πολιτική διαφήμιση και τις συναφείς υπηρεσίες, καθώς και κανόνων σχετικά με τη χρήση της στόχευσης στο πλαίσιο της διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης.

Αξιολογήθηκαν δύο επιλογές πολιτικής με διαφορετικό βαθμό ρυθμιστικής παρέμβασης:

- Επιλογή 1: Περιορισμένα μέτρα για την προώθηση της διαφάνειας και την αντιμετώπιση ζητημάτων στόχευσης·
- Επιλογή 2: Μέτρα για την εναρμόνιση της διαφάνειας και την αντιμετώπιση ζητημάτων στόχευσης. Η επιλογή αυτή περιελάμβανε δύο υποεπιλογές σχετικά με τη στόχευση.

Σύμφωνα με την καθιερωμένη μεθοδολογία της Επιτροπής, κάθε επιλογή πολιτικής αξιολογήθηκε με βάση τις επιπτώσεις στην οικονομία, τα θεμελιώδη δικαιώματα και την κοινωνία. Η προτιμώμενη επιλογή ήταν η επιλογή 2 και η υποεπιλογή 2 για τη χρήση της στόχευσης, καθώς αυτές ανταποκρίνονται καλύτερα στους γενικούς στόχους της παρέμβασης και θα δημιουργούσαν ένα συνεκτικό και αναλογικό πλαίσιο για την πολιτική διαφήμιση στην ΕΕ.

Μέσω της αποσαφήνισης και της εναρμόνισης των κανόνων σχετικά με τη διατήρηση και την παροχή πληροφοριών στην πολιτική διαφήμιση για λόγους εποπτείας και λογοδοσίας, θα εξάλειφε τον βασικό παράγοντα του κόστους συμμόρφωσης στην αφορούσα πολλά κράτη μέλη καθώς και τη διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών. Επιπλέον, θα προσέθετε νομική προβλεψιμότητα για τις ενδιάμεσες υπηρεσίες που δραστηριοποιούνται σε διάφορα κράτη μέλη, συμβάλλοντας στην καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Αυτό θα βελτίωνε επίσης τα ρυθμιστικά αποτελέσματα, καταργώντας την αιτιολόγηση για τον κατακερματισμό της εθνικής αγοράς, αυξάνοντας έτσι τις ευκαιρίες ανάπτυξης διασυνοριακών υπηρεσιών. Το πλεονέκτημα που θα προέκυπτε από τον ρυθμιστικό κατακερματισμό των παρόχων

υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης για επιγραμμικές διαφημίσεις σε σύγκριση με τα μη επιγραμμικά μέσα ενημέρωσης θα μειωνόταν. Η επίπτωση στα ΜΜΕ περιορίζεται από την ειδικά προσαρμοσμένη υποχρέωση υποβολής περιοδικών εκθέσεων σχετικά με την πολιτική διαφήμιση και από τη δυνατότητα που τους παρέχεται να ορίζουν εξωτερικό πρόσωπο ως σημείο επαφής για την αλληλεπίδραση με τις αρμόδιες εθνικές αρχές.

Τα μέτρα για τη στόχευση θα αντιμετωπίσουν τις προβληματικές τεχνικές στόχευσης, προβλέποντας παράλληλα τη χρήση τους κατά τρόπο που να παρέχει κίνητρα για ορθές πρακτικές.

Η υποεπιλογή 2 προέβλεπε την υπό όρους απαγόρευση της στόχευσης, αλλά προβλεπόταν ότι οι υποεπιλογές θα μπορούσαν να συνδυαστούν. Η άνευ όρων απαγόρευση της στόχευσης με βάση ειδικές κατηγορίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα κρίθηκε αποτελεσματικότερη και, ως εκ τούτου, συμπεριλήφθηκε στην παρούσα πρόταση. Η απαγόρευση της στόχευσης βάσει ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα βασίζεται επίσης στην υποστήριξη των ενδιαφερόμενων μερών των οποίων ζητήθηκε η γνώμη κατά την εκπόνηση της εκτίμησης επιπτώσεων.

Οι ειδικά προσαρμοσμένοι περιορισμοί θα περιόριζαν τη διαθεσιμότητα υπηρεσιών στόχευσης στο πλαίσιο της διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης. Αυτό θα αντισταθμιζόταν από τις ευκαιρίες για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που απορρέουν από την αυξημένη εμπιστοσύνη μεταξύ των πολιτών και των ρυθμιστικών αρχών στην τεχνική και από τη μεγαλύτερη ασφάλεια δικαίου όσον αφορά τη συμμόρφωση κατά τη χρήση της στο πολιτικό πλαίσιο.

Η εναρμονισμένη διαφάνεια και τα ειδικά όρια για τη μείωση του πεδίου εφαρμογής προβληματικών τακτικών στόχευσης, όπως η μη αυθεντική ενίσχυση ορισμένων διαφημίσεων, ή εκείνων που αποκαλύπτονται από το σκάνδαλο *Cambridge Analytica*. Τα μέτρα αυτά θα πρέπει να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη στη χρήση πολιτικών διαφημίσεων και γενικότερα στον πολιτικό διάλογο και την ακεραιότητα της εκλογικής διαδικασίας. Θα συνέβαλε στην αύξηση της ανθεκτικότητας του εκλογικού συστήματος της ΕΕ όσον αφορά την παραποίηση των πληροφοριών και την παρέμβαση σε αυτές.

- **Καταλληλότητα και απλούστευση του κανονιστικού πλαισίου**

Το όφελος της εναρμόνισης των κανόνων σχετικά με τη διαφάνεια όσον αφορά την πολιτική διαφήμιση είναι κυρίως ότι θα προσφέρει ασφάλεια δικαίου σε επίπεδο ΕΕ, θα εξαλείψει το πρόσθετο κόστος συμμόρφωσης που συνεπάγεται η διασυνοριακή παροχή μιας υπηρεσίας και θα μειώσει τον κίνδυνο μη συμμόρφωσης. Όλοι οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης αναμένεται να αποκομίσουν οφέλη ως προς το κόστος κατά την παροχή υπηρεσιών μέσω ενός κοινού πλαισίου πολιτικής διαφήμισης.

Οι ΜΜΕ θα επωφελούνταν από τα προτεινόμενα μέτρα, καθώς θα είναι σε θέση να προσφέρουν ευκολότερα τις υπηρεσίες τους στην εσωτερική αγορά. Η πρόταση περιέχει ειδικές παρεκκλίσεις για τις ΜΜΕ με σκοπό τη μείωση του κόστους συμμόρφωσής τους.

Η πρόταση περιλαμβάνει ένα κοινό σύνολο κανόνων που δεν θα κάνει διακρίσεις μεταξύ διαδικτύου και εκτός διαδικτύου και θα αντιμετωπίζει ζητήματα που προκύπτουν από την τρέχουσα κατάσταση, όπου οι υφιστάμενοι κανόνες είναι προσαρμοσμένοι σε μη επιγραμμικές δραστηριότητες με κενά και παράκαμψη των διατάξεων που προκύπτουν από αυτό. Ο κανονισμός θα διασφαλίσει ότι οι απαιτήσεις για την παροχή υψηλής διαφάνειας ισχύουν τόσο για τα μη επιγραμμικά όσο και για τα επιγραμμικά μέσα διάδοσης πολιτικών γραμμών με τον ίδιο τρόπο.

- **Θεμελιώδη δικαιώματα**

Όλα τα μέτρα που προβλέπονται στο πλαίσιο της παρούσας πρότασης έχουν θετικό αντίκτυπο στα θεμελιώδη δικαιώματα και δεν αναμένεται να έχουν σημαντικό αρνητικό αντίκτυπο στα θεμελιώδη δικαιώματα.

Οι θεμελιώδεις ελευθερίες και τα θεμελιώδη δικαιώματα μπορούν να περιοριστούν μόνον εφόσον αυτό δικαιολογείται από την επιδίωξη έννομου δημόσιου συμφέροντος και μόνον υπό την προϋπόθεση ότι ο περιορισμός είναι ανάλογος προς τον επιδιωκόμενο σκοπό. Η διασφάλιση της διαφάνειας, της δικαιοσύνης και των ίσων ευκαιριών στην εκλογική διαδικασία και το θεμελιώδες δικαίωμα της ενημέρωσης με αντικειμενικό, διαφανή και πλουραλιστικό τρόπο αποτελούν επιτακτικό λόγο δημόσιου συμφέροντος.

Η παρούσα πρόταση επιβάλλει περιορισμένους περιορισμούς στην ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης (άρθρο 11 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης), στο δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή (άρθρο 7) και στο δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (άρθρο 8). Οι περιορισμοί αυτοί είναι αναλογικοί και περιορίζονται στο ελάχιστο αναγκαίο.

Όσον αφορά την ελευθερία της έκφρασης, η απόφαση σχετικά με τη δημοσίευση και τη διάδοση των πολιτικών διαφημίσεων καθαυτών, καθώς και το περιεχόμενό τους, εξακολουθούν να ρυθμίζονται βάσει του σχετικού εθνικού και ενωσιακού δικαίου. Πέραν των απαιτήσεων διαφάνειας, η πρωτοβουλία δεν παρεμβαίνει στο ουσιαστικό περιεχόμενο των πολιτικών μηνυμάτων. Ενώ ο περιορισμός των τεχνικών στόχευσης μπορούσε να επηρεάσει την ελευθερία της έκφρασης, ο αντίκτυπος αυτός θα ήταν αναλογικός εάν περιοριζόταν ως προς το πεδίο εφαρμογής και εξισορροπούνταν από τις θετικές επιπτώσεις σε άλλα θεμελιώδη δικαιώματα, μεταξύ άλλων ως συνδεόμενος με τον περιορισμό της δυνατότητας χειραγώγησης του δημοκρατικού διαλόγου και του δικαιώματος ενημέρωσης με αντικειμενικό, διαφανή και πλουραλιστικό τρόπο. Η ενισχυμένη διαφάνεια, οι όροι και οι περιορισμοί όσον αφορά τη στόχευση θα έπρεπε να ωφελήσουν το δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής των προσώπων στα οποία απευθύνεται η εν λόγω διαφήμιση. Τα μέτρα με τα οποία προσδιορίζεται ένα φυσικό πρόσωπο ως ανάδοχος μιας πολιτικής διαφήμισης και το χρηματικό ποσό που δαπανάται και η αξία άλλων οφελών που λαμβάνονται εν μέρει ή πλήρως για μια διαφήμιση επηρεάζουν την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και πρέπει να είναι ανάλογα προς τον επιδιωκόμενο στόχο πολιτικής: να διασφαλιστεί ότι τα άτομα που συμμετέχουν στον πολιτικό διάλογο χρησιμοποιούν την πολιτική διαφήμιση με διαφάνεια. Ο αντίκτυπος στα δικαιώματα αυτά δικαιολογείται από τον συνολικό θετικό αντίκτυπο στη δημοκρατία και τα εκλογικά δικαιώματα.

Όταν η παρούσα πρωτοβουλία απαιτεί πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ενδιαφερόμενων φορέων σε δεδομένα, τα μέτρα αυτά δεν θα προβλέπουν παρεκκλίσεις από το κεκτημένο της ΕΕ για την προστασία των δεδομένων. Μόνο σχετικά δεδομένα θα πρέπει να είναι προσβάσιμα στα ενδιαφερόμενα μέρη, μεταξύ άλλων για τη διεξαγωγή έρευνας σχετικά με πρακτικές που επηρεάζουν τον δημοκρατικό διάλογο και τις εκλογές ή τα δημοψηφίσματα.

Η πρωτοβουλία αυτή θα στηρίξει την άσκηση των εκλογικών δικαιωμάτων και θα στηρίξει ελεύθερες και δίκαιες εκλογές και έναν δίκαιο δημοκρατικό διάλογο, με τη διευκόλυνση μιας διαφανούς διασυνοριακής πολιτικής διαφήμισης που εγγυάται υψηλό επίπεδο προστασίας των δικαιωμάτων, μεταξύ άλλων όσον αφορά την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και διασφαλίζοντας ότι οι πολίτες είναι σε θέση να προβαίνουν σε ενημερωμένες

πολιτικές επιλογές χωρίς χειραγώγηση ή εξαναγκασμό. Επιπλέον, οι περιορισμοί στις πρακτικές στόχευσης είναι συνεπείς με τα εκλογικά δικαιώματα και έχουν θετικό αντίκτυπο σε αυτά, όπως προστατεύονται από τα διεθνή πρότυπα.

Τέλος, η παρούσα πρόταση θα στηρίξει επίσης τον πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης κατά την άσκηση της επιχειρηματικής του ελευθερίας δυνάμει του άρθρου 16 του Χάρτη.

4. ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Δεν αναμένονται δημοσιονομικές επιπτώσεις για την πρωτοβουλία αυτή.

5. ΛΟΙΠΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- **Σχέδια εφαρμογής και ρυθμίσεις παρακολούθησης, αξιολόγησης και υποβολής εκθέσεων**

Η Επιτροπή θα αξιολογήσει την υλοποίηση της πρωτοβουλίας μετά από κάθε εκλογή του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου με βάση τη συλλογή ειδικών δεδομένων από εξειδικευμένο ανάδοχο. Εντός δύο ετών μετά από κάθε εκλογή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Επιτροπή θα πρέπει να δημοσιεύει έκθεση για την αξιολόγηση της εφαρμογής του παρόντος κανονισμού, συμπεριλαμβανομένων πτυχών που υπερβαίνουν τις εκλογές για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

- **Λεπτομερής επεξήγηση των ειδικών διατάξεων της πρότασης (έλεγχος παραπομπών)**

Το κεφάλαιο Ι καθορίζει τις γενικές διατάξεις, συμπεριλαμβανομένου του αντικειμένου και του πεδίου εφαρμογής (άρθρο 1), τους ορισμούς των βασικών όρων που χρησιμοποιούνται στον κανονισμό (άρθρο 2) και το επίπεδο εναρμόνισης των μέτρων αυτών (άρθρο 3).

Το κεφάλαιο ΙΙ περιέχει διατάξεις σχετικά με τις υποχρεώσεις διαφάνειας που ισχύουν για την επ' αμοιβή πολιτική διαφήμιση. Θεσπίζει μέτρα που εφαρμόζονται σε όλους τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που συμμετέχουν στην προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση ή διάδοση πολιτικής διαφήμισης. Ειδικότερα, προβλέπει διαφάνεια στην πολιτική διαφήμιση (άρθρο 4), υποχρέωση προσδιορισμού των πολιτικών διαφημίσεων (άρθρο 5) και υποχρέωση τήρησης αρχείων και διαβίβασης πληροφοριών στους εκδότες διαφημίσεων (άρθρο 6).

Επιπλέον, το παρόν κεφάλαιο θεσπίζει επίσης υποχρεώσεις που ισχύουν μόνο για τους εκδότες διαφημίσεων, επιπλέον εκείνων που προβλέπονται στα άρθρα 4, 5 και 6. Οι εκδότες διαφημίσεων περιλαμβάνουν σε κάθε διαφήμιση σαφή δήλωση ότι είναι πολιτικής φύσης, αναφέρουν το όνομα του ανάδοχου και καθιστούν διαθέσιμες πληροφορίες που καθιστούν δυνατή την κατανόηση του ευρύτερου πλαισίου της πολιτικής διαφήμισης και των στόχων της (άρθρο 7). Οι εκδότες διαφημίσεων δημοσιεύουν ετησίως πληροφορίες σχετικά με τα ποσά ή την αξία άλλων οφελών που λαμβάνουν εν μέρει ή πλήρως για τις υπηρεσίες που έχουν παράσχει σε σχέση με πολιτικές διαφημίσεις (άρθρο 8). Θεσπίζουν φιλικούς προς τον χρήστη μηχανισμούς που επιτρέπουν στους πολίτες να τους κοινοποιούν διαφημίσεις που δεν συμμορφώνονται με τις υποχρεώσεις που καθορίζονται στον παρόντα κανονισμό (άρθρο 9).

Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης διαβιβάζουν τις σχετικές πληροφορίες στις αρμόδιες αρχές (άρθρο 10) και σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες (άρθρο 11).

Το κεφάλαιο ΙΙΙ ρυθμίζει τη χρήση τεχνικών στόχευσης ή ενίσχυσης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα για πολιτικούς διαφημιστικούς σκοπούς.

Όταν διακυβεύονται ευαίσθητα δεδομένα, ισχύει απαγόρευση συνοδευόμενη από ειδικές εξαιρέσεις. Επιπλέον, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας που χρησιμοποιούν αυτές τις τεχνικές για σκοπούς πολιτικής διαφήμισης υιοθετούν και εφαρμόζουν εσωτερική πολιτική, τηρούν αρχεία και παρέχουν πληροφορίες που επιτρέπουν στα άτομα να κατανοούν τη λογική που ακολουθείται και τις κύριες παραμέτρους της στόχευσης που χρησιμοποιείται, καθώς και την ανάμιξη δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών (άρθρο 12). Το άρθρο 12 προβλέπει περαιτέρω απαιτήσεις για τους εκδότες διαφημίσεων. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου13 λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα ώστε να είναι σε θέση να διαβιβάζουν τις πληροφορίες σε ενδιαφερόμενες οντότητες (άρθρο 13).

Το κεφάλαιο IV θεσπίζει τις διατάξεις σχετικά με την εποπτεία και την επιβολή του παρόντος κανονισμού. Θεσπίζει την υποχρέωση των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που δεν είναι εγκατεστημένοι στην Ένωση να διορίζουν νόμιμο εκπρόσωπο σε ένα από τα κράτη μέλη στα οποία παρέχουν τις υπηρεσίες τους (άρθρο 14)· καθορίζει ποιες αρχές είναι επιφορτισμένες με την εποπτεία και την επιβολή συγκεκριμένων μέτρων που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό· ζητεί από τα κράτη μέλη να διασφαλίσουν τη συνεργασία μεταξύ των σχετικών αρμόδιων αρχών· ζητεί τον ορισμό σημείων επαφής για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού και αναθέτει στα κράτη μέλη να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα για να διασφαλίσουν την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ τους (άρθρο 15). Τα κράτη μέλη θεσπίζουν κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις που επιβάλλονται σε περίπτωση παράβασης των υποχρεώσεων που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό (άρθρο 16). Το κεφάλαιο αυτό θεσπίζει επίσης την υποχρέωση των κρατών μελών να δημοσιεύουν τις ημερομηνίες των εθνικών εκλογικών περιόδων σε εύκολα προσβάσιμο τόπο (άρθρο 17).

Το κεφάλαιο V προβλέπει περαιτέρω τελικές διατάξεις, όπως η ρήτρα αξιολόγησης και επανεξέτασης (άρθρο 18) και η δυνατότητα έκδοσης κατ' εξουσιοδότηση πράξεων (άρθρο 19). Τέλος, η υπόλοιπη διάταξη του παρόντος κεφαλαίου είναι ο προσδιορισμός της έναρξης ισχύος και της ημερομηνίας εφαρμογής του κανονισμού (άρθρο 20).

2021/0381 (COD)

Πρόταση

ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

σχετικά με τη διαφάνεια και τη στόχευση της πολιτικής διαφήμισης

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,

Έχοντας υπόψη τη Συνθήκη για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ιδίως τα άρθρα 16 και 114,

την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής,

Μετά από διαβίβαση του σχεδίου νομοθετικής πράξης στα εθνικά κοινοβούλια,

Έχοντας υπόψη τη γνώμη της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής[9],

Έχοντας υπόψη τη γνώμη της Επιτροπής των Περιφερειών[10],

Αποφασίζοντας σύμφωνα με τη συνήθη νομοθετική διαδικασία,

Εκτιμώντας τα εξής:

(1) Η προσφορά και η ζήτηση για πολιτική διαφήμιση αυξάνονται και αποκτούν ολοένα και περισσότερο διασυνοριακό χαρακτήρα. Ένας μεγάλος, διαφοροποιημένος και αυξανόμενος αριθμός υπηρεσιών συνδέεται με την εν λόγω δραστηριότητα, όπως τα γραφεία παροχής πολιτικών συμβουλών, τα διαφημιστικά γραφεία, οι πλατφόρμες «ad tech», οι εταιρείες δημοσίων σχέσεων, οι παράγοντες επιρροής και διάφοροι φορείς ανάλυσης δεδομένων και μεσιτείας. Η πολιτική διαφήμιση μπορεί να λάβει πολλές μορφές, όπως περιεχόμενο επί πληρωμή, αποτελέσματα αναζήτησης με χορηγία, στοχευμένα μηνύματα επί πληρωμή, προώθηση κατατάξεων, προώθηση για κάτι ή κάποιον που ενσωματώνεται σε περιεχόμενο, όπως τοποθέτηση προϊόντος, παράγοντες επιρροής και άλλες καταχωρίσεις. Οι σχετικές δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, τη διάδοση πολιτικής διαφήμισης κατόπιν αιτήματος ανάδοχου ή τη δημοσίευση περιεχομένου έναντι πληρωμής.

(2) Η πολιτική διαφήμιση μπορεί να διαδοθεί ή να δημοσιευθεί με διάφορα μέσα και μέσα ενημέρωσης σε διασυνοριακό επίπεδο. Μπορεί να διαδοθεί ή να δημοσιευθεί μέσω παραδοσιακών μέσων εκτός διαδικτύου, όπως εφημερίδες, τηλεόραση και ραδιόφωνο, καθώς και όλο και περισσότερο μέσω επιγραμμικών πλατφορμών, δικτυακών τόπων, εφαρμογών για φορητές συσκευές, παιχνιδιών υπολογιστή και άλλων ψηφιακών διεπαφών. Οι τελευταίοι όχι μόνο είναι ιδιαίτερα επιρρεπείς στη διασυνοριακή προσφορά, αλλά δημιουργούν επίσης νέες και δύσκολες ρυθμιστικές προκλήσεις και προκλήσεις επιβολής. Η χρήση της επιγραμμικής πολιτικής διαφήμισης αυξάνεται σημαντικά και ορισμένες γραμμικές μη επιγραμμικές μορφές πολιτικής διαφήμισης,

[9] ΕΕ C , , σ. .

[10] ΕΕ C , , σ. .

όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, προσφέρονται επίσης επιγραμμικά ως κατά παραγγελία υπηρεσίες. Οι εκστρατείες πολιτικής διαφήμισης οργανώνονται συνήθως με σκοπό τη χρήση διαφόρων μέσων και μορφών.

(3) Δεδομένου ότι παρέχεται συνήθως έναντι αμοιβής, η διαφήμιση, συμπεριλαμβανομένης της πολιτικής διαφήμισης, συνιστά δραστηριότητα παροχής υπηρεσιών δυνάμει του άρθρου 57 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης («ΣΛΕΕ»). Στη δήλωση αριθ. 22, σχετικά με τα άτομα με αναπηρία, που προσαρτάται στη συνθήκη του Άμστερνταμ, η διάσκεψη των αντιπροσώπων των κυβερνήσεων των κρατών μελών συμφώνησε ότι, κατά την κατάρτιση μέτρων στο πλαίσιο του άρθρου 114 της ΣΛΕΕ, τα θεσμικά όργανα της Ένωσης πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες των ατόμων με αναπηρίες.

(4) Η ανάγκη διασφάλισης της διαφάνειας αποτελεί θεμιτό δημόσιο στόχο, σύμφωνα με τις κοινές αξίες της ΕΕ και των κρατών μελών της σύμφωνα με το άρθρο 2 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση («ΣΕΕ»). Δεν είναι πάντα εύκολο για τους πολίτες να αναγνωρίζουν τις πολιτικές διαφημίσεις και να ασκούν τα δημοκρατικά τους δικαιώματα με ενημερωμένο τρόπο. Απαιτείται υψηλό επίπεδο διαφάνειας, μεταξύ άλλων, για τη στήριξη ενός ανοικτού και δίκαιου πολιτικού διαλόγου και ελεύθερων και δίκαιων εκλογών ή δημοψηφισμάτων, καθώς και για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης και των παράνομων παρεμβάσεων, μεταξύ άλλων και από το εξωτερικό. Η πολιτική διαφήμιση μπορεί να αποτελέσει μοχλό παραπληροφόρησης, ιδίως όταν η διαφήμιση δεν αποκαλύπτει τον πολιτικό της χαρακτήρα και όταν είναι στοχευμένη. Η διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης συμβάλλει στο να μπορούν οι ψηφοφόροι να κατανοούν καλύτερα πότε τους παρουσιάζεται πολιτική διαφήμιση, εξ ονόματος ποιων πραγματοποιείται η διαφήμιση και πώς τους απευθύνεται στοχοθετημένα ένας πάροχος διαφημιστικών υπηρεσιών, έτσι ώστε οι ψηφοφόροι να είναι σε καλύτερη θέση να κάνουν συνειδητές επιλογές.

(5) Στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης, χρησιμοποιούνται συχνά τεχνικές στόχευσης. Ως τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης θα πρέπει να νοούνται οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται είτε για την αντιμετώπιση προσαρμοσμένης πολιτικής διαφήμισης μόνο σε συγκεκριμένο πρόσωπο ή ομάδα προσώπων είτε για την αύξηση της κυκλοφορίας, της εμβέλειας ή της προβολής μιας πολιτικής διαφήμισης. Δεδομένης της εξουσίας και της πιθανότητας κατάχρησης των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα της στόχευσης, μεταξύ άλλων μέσω μικροστόχευσης και άλλων προηγμένων τεχνικών, οι τεχνικές αυτές ενδέχεται να συνιστούν ιδιαίτερες απειλές για νόμιμα δημόσια συμφέροντα, όπως η δικαιοσύνη, οι ίσες ευκαιρίες και η διαφάνεια στην εκλογική διαδικασία, καθώς και το θεμελιώδες δικαίωμα της ενημέρωσης με αντικειμενικό, διαφανή και πλουραλιστικό τρόπο.

(6) Η πολιτική διαφήμιση ρυθμίζεται επί του παρόντος ανομοιογενώς στα κράτη μέλη, και σε πολλές περιπτώσεις τείνει να επικεντρώνεται σε παραδοσιακές μορφές μέσων ενημέρωσης. Υπάρχουν ειδικοί περιορισμοί, μεταξύ άλλων, όσον αφορά τη διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης. Ορισμένα κράτη μέλη απαγορεύουν στους παρόχους υπηρεσιών της ΕΕ που είναι εγκατεστημένοι σε άλλα κράτη μέλη να παρέχουν υπηρεσίες πολιτικού χαρακτήρα ή πολιτικού σκοπού κατά τη διάρκεια των εκλογικών περιόδων. Ταυτόχρονα, σε ορισμένα κράτη μέλη είναι πιθανό να υπάρχουν κενά και παρακάμψεις των διατάξεων στην εθνική νομοθεσία, με αποτέλεσμα η πολιτική διαφήμιση να διαδίδεται μερικές φορές χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι σχετικοί εθνικοί κανόνες, με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος υπονόμευσης του στόχου της ρύθμισης της διαφάνειας για την πολιτική διαφήμιση.

(7) Για την ενίσχυση της διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης, μεταξύ άλλων για την αντιμετώπιση των ανησυχιών των πολιτών, ορισμένα κράτη μέλη έχουν ήδη διερευνήσει ή εξετάζουν το ενδεχόμενο λήψης πρόσθετων μέτρων για την αντιμετώπιση της διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης και την υποστήριξη ενός δίκαιου πολιτικού διαλόγου και ελεύθερων και δίκαιων εκλογών ή δημοψηφισμάτων. Τα εν λόγω εθνικά μέτρα λαμβάνονται ιδίως υπόψη για τη διαφήμιση που δημοσιεύεται και διαδίδεται στο διαδίκτυο και μπορεί να περιλαμβάνουν και άλλες απαγορεύσεις. Τα μέτρα αυτά ποικίλλουν από ήπια έως δεσμευτικά μέτρα και συνεπάγονται διαφορετικά στοιχεία διαφάνειας.

(8) Η κατάσταση αυτή οδηγεί στον κατακερματισμό της εσωτερικής αγοράς, μειώνει την ασφάλεια δικαίου για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που προετοιμάζουν, τοποθετούν, δημοσιεύουν ή διαδίδουν πολιτικές διαφημίσεις, δημιουργεί φραγμούς στην ελεύθερη κυκλοφορία των συναφών υπηρεσιών, στρεβλώνει τον ανταγωνισμό στην εσωτερική αγορά, μεταξύ άλλων μεταξύ παρόχων μη επιγραμμικών και επιγραμμικών υπηρεσιών, και απαιτεί σύνθετες προσπάθειες συμμόρφωσης και πρόσθετο κόστος για τους σχετικούς παρόχους υπηρεσιών.

(9) Στο πλαίσιο αυτό, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ενδέχεται να αποθαρρυνθούν από την παροχή των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σε διασυνοριακές καταστάσεις. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις και τις ΜΜΕ, οι οποίες συχνά δεν διαθέτουν τους πόρους για να απορροφήσουν ή να μετακυλίσουν το υψηλό κόστος συμμόρφωσης που συνδέεται με την προετοιμασία, την τοποθέτηση, τη δημοσίευση ή τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη. Αυτό περιορίζει τη διαθεσιμότητα υπηρεσιών και επηρεάζει αρνητικά τη δυνατότητα των παρόχων υπηρεσιών να καινοτομούν και να προσφέρουν πολυμεσικές και πολυεθνικές εκστρατείες εντός της εσωτερικής αγοράς.

(10) Ως εκ τούτου, θα πρέπει να διασφαλιστεί ένα συνεκτικό και υψηλό επίπεδο διαφάνειας της πολιτικής διαφήμισης σε ολόκληρη την Ένωση όταν παρέχονται υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, ενώ θα πρέπει να αποτρέπονται οι αποκλίσεις που εμποδίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία των συναφών υπηρεσιών εντός της εσωτερικής αγοράς, με τη θέσπιση ενιαίων υποχρεώσεων διαφάνειας για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που εγγυώνται την ομοιόμορφη προστασία των δικαιωμάτων των προσώπων και τον έλεγχο σε ολόκληρη την εσωτερική αγορά βάσει του άρθρου 114 της ΣΛΕΕ.

(11) Τα κράτη μέλη δεν θα πρέπει να διατηρούν ούτε να εισάγουν στο εθνικό τους δίκαιο διατάξεις που παρεκκλίνουν από αυτές που καθορίζονται στην παρούσα οδηγία, ιδιαίτερα περισσότερο ή λιγότερο αυστηρές διατάξεις για την εξασφάλιση διαφορετικού επιπέδου διαφάνειας στην πολιτική διαφήμιση. Η πλήρης εναρμόνιση των απαιτήσεων διαφάνειας που συνδέονται με την πολιτική διαφήμιση αυξάνει την ασφάλεια δικαίου και μειώνει τον κατακερματισμό των υποχρεώσεων που βαρύνουν τους παρόχους υπηρεσιών στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης.

(12) Η πλήρης εναρμόνιση των απαιτήσεων διαφάνειας δεν θα πρέπει να θίγει την ελευθερία των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να παρέχουν σε εθελοντική βάση περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με την πολιτική διαφήμιση, ως μέρος της ελευθερίας έκφρασης που προστατεύεται δυνάμει του άρθρου 11 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων.

(13) Ο παρών κανονισμός δεν θα πρέπει να επηρεάζει το ουσιαστικό περιεχόμενο της πολιτικής διαφήμισης ούτε τους κανόνες που ρυθμίζουν την παρουσίαση πολιτικής

διαφήμισης, συμπεριλαμβανομένων των επονομαζόμενων σιωπηρών περιόδων πριν από τις εκλογές ή τα δημοψηφίσματα.

(14) Ο κανονισμός θα πρέπει να προβλέπει εναρμονισμένη απαίτηση διαφάνειας που θα ισχύει για τους οικονομικούς παράγοντες που παρέχουν πολιτική διαφήμιση και συναφείς υπηρεσίες (δηλαδή δραστηριότητες που κανονικά παρέχονται έναντι αμοιβής)· Οι υπηρεσίες αυτές συνίστανται ιδίως στην προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση και διάδοση πολιτικών διαφημίσεων. Οι κανόνες του παρόντος κανονισμού που προβλέπουν υψηλό επίπεδο διαφάνειας των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης βασίζονται στο άρθρο 114 της ΣΛΕΕ. Ο παρών κανονισμός θα πρέπει επίσης να εξετάσει τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της δημοσίευσης, διάδοσης ή προώθησης της πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Οι κανόνες του παρόντος κανονισμού που αφορούν τη χρήση στόχευσης και ενίσχυσης βασίζονται στο άρθρο 16 της ΣΛΕΕ. Η πολιτική διαφήμιση που απευθύνεται σε ιδιώτες σε ένα κράτος μέλος θα πρέπει να περιλαμβάνει διαφήμιση που εκπονείται, τοποθετείται ή δημοσιεύεται εξ ολοκλήρου από παρόχους υπηρεσιών που είναι εγκατεστημένοι εκτός της Ένωσης αλλά διαδίδεται σε ιδιώτες εντός της Ένωσης. Για να καθοριστεί αν μια πολιτική διαφήμιση απευθύνεται σε άτομα σε ένα κράτος μέλος, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι παράγοντες που τη συνδέουν με το εν λόγω κράτος μέλος, συμπεριλαμβανομένων της γλώσσας, του πλαισίου, του στόχου της διαφήμισης και των μέσων διάδοσής της.

(15) Δεν υπάρχει υφιστάμενος ορισμός της πολιτικής διαφήμισης ή της πολιτικής διαφήμισης σε επίπεδο Ένωσης. Απαιτείται κοινός ορισμός για τον καθορισμό του πεδίου εφαρμογής των εναρμονισμένων υποχρεώσεων διαφάνειας και των κανόνων για τη στόχευση και την ενίσχυση. Ο ορισμός αυτός θα πρέπει να καλύπτει τις πολλές μορφές που μπορεί να λάβει η πολιτική διαφήμιση και κάθε μέσο και τρόπο δημοσίευσης ή διάδοσης εντός της Ένωσης, ανεξάρτητα από το αν η πηγή βρίσκεται εντός της Ένωσης ή σε τρίτη χώρα.

(16) Ο ορισμός της πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να περιλαμβάνει τη διαφήμιση που δημοσιεύεται ή διαδίδεται άμεσα ή έμμεσα από ή για έναν πολιτικό παράγοντα ή εξ ονόματός του. Δεδομένου ότι οι διαφημίσεις από ή για έναν πολιτικό παράγοντα ή εξ ονόματός του, δεν μπορούν να αποσπαστούν από τη δράση του στο πλαίσιο του ρόλου του ως πολιτικού παράγοντα, μπορεί να θεωρηθεί ότι ενδέχεται να επηρεάσουν τον πολιτικό διάλογο, με εξαίρεση τα μηνύματα καθαρά ιδιωτικού ή καθαρά εμπορικού χαρακτήρα.

(17) Η δημοσίευση ή η διάδοση από άλλους παράγοντες ενός μηνύματος που ενδέχεται να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία θα πρέπει επίσης να συνιστά πολιτική διαφήμιση. Προκειμένου να καθοριστεί κατά πόσον η δημοσίευση ή η διάδοση ενός μηνύματος μπορεί να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, μιας νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι σχετικοί παράγοντες, όπως το περιεχόμενο του μηνύματος, η γλώσσα που χρησιμοποιείται για τη μετάδοση του μηνύματος, το πλαίσιο στο οποίο μεταφέρεται το μήνυμα, ο στόχος του μηνύματος και τα μέσα με τα οποία δημοσιεύεται ή διαδίδεται το μήνυμα. Τα μηνύματα σχετικά με κοινωνικά ή αμφιλεγόμενα ζητήματα ενδέχεται, ανάλογα με την περίπτωση, να επηρεάσουν το αποτέλεσμα μιας εκλογικής διαδικασίας ή ενός δημοψηφίσματος, μιας νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία.

(18) Οι πρακτικές πληροφορίες από επίσημες πηγές σχετικά με την οργάνωση και τις λεπτομέρειες συμμετοχής στις εκλογές ή στα δημοψηφίσματα δεν θα πρέπει να συνιστούν πολιτική διαφήμιση.

(19) Οι πολιτικές απόψεις που εκφράζονται στα προγράμματα οπτικοακουστικών γραμμικών εκπομπών ή δημοσιεύονται σε έντυπα μέσα ενημέρωσης χωρίς άμεση πληρωμή ή ισοδύναμη αμοιβή δεν θα πρέπει να καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό.

(20) Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ως εκλογές νοούνται οι εκλογές για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, καθώς και όλες οι εκλογές ή τα δημοψηφίσματα που διοργανώνονται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο στα κράτη μέλη και οι εκλογές για τον καθορισμό της ηγεσίας των πολιτικών κομμάτων. Δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει άλλες μορφές εκλογών, όπως ιδιωτικά οργανωμένες ψηφοφορίες.

(21) Είναι αναγκαίο να οριστεί η πολιτική διαφήμιση ως παράδειγμα πολιτικής διαφήμισης. Οι διαφημίσεις περιλαμβάνουν τα μέσα με τα οποία μεταδίδεται το διαφημιστικό μήνυμα, μεταξύ άλλων σε έντυπη μορφή, από ραδιοτηλεοπτικά μέσα ή μέσω υπηρεσίας επιγραμμικών πλατφορμών.

(22) Οι πολιτικοί παράγοντες κατά την έννοια του παρόντος κανονισμού θα πρέπει να αναφέρονται σε έννοιες που ορίζονται στο δίκαιο της Ένωσης, καθώς και στο εθνικό δίκαιο σύμφωνα με τις διεθνείς νομικές πράξεις, όπως αυτές του Συμβουλίου της Ευρώπης. Η έννοια των πολιτικών κομμάτων θα πρέπει να περιλαμβάνει τις συνδεδεμένες και θυγατρικές οντότητες που έχουν συσταθεί, με ή χωρίς νομική προσωπικότητα, με σκοπό την υποστήριξή τους ή την επιδίωξη των στόχων τους, για παράδειγμα μέσω της συνεργασίας με συγκεκριμένη ομάδα ψηφοφόρων ή για συγκεκριμένο εκλογικό σκοπό.

(23) Η έννοια των πολιτικών παραγόντων θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει μη εκλεγμένους αξιωματούχους, εκλεγμένους αξιωματούχους, υποψηφίους και μέλη της κυβέρνησης σε ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Στον ορισμό αυτό θα πρέπει να συμπεριληφθούν και άλλες πολιτικές οργανώσεις.

(24) Μια διαφημιστική εκστρατεία θα πρέπει να αναφέρεται στην προετοιμασία, τη δημοσίευση και τη διάδοση σειράς συνδεδεμένων διαφημίσεων στο πλαίσιο σύμβασης για πολιτική διαφήμιση, βάσει κοινής προετοιμασίας, χορηγίας και χρηματοδότησης. Θα πρέπει να περιλαμβάνει την προετοιμασία, τη δημοσίευση και τη διάδοση μιας διαφήμισης ή εκδοχών μιας διαφήμισης σε διαφορετικά μέσα και σε διαφορετικές χρονικές στιγμές εντός του ίδιου εκλογικού κύκλου.

(25) Ο ορισμός της πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να επηρεάζει τους εθνικούς ορισμούς των πολιτικών κομμάτων, των πολιτικών στόχων ή των περιόδων προεκλογικής εκστρατείας σε εθνικό επίπεδο.

(26) Προκειμένου να καλυφθεί το ευρύ φάσμα των σχετικών παρόχων υπηρεσιών που συνδέονται με υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να θεωρείται ότι περιλαμβάνουν παρόχους που συμμετέχουν στην προετοιμασία, την τοποθέτηση, την προώθηση, τη δημοσίευση και τη διάδοση υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης.

(27) Η έννοια της πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει μηνύματα που μοιράζονται μεμονωμένα άτομα υπό την καθαρά προσωπική τους ιδιότητα. Τα φυσικά πρόσωπα δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι ενεργούν υπό την προσωπική τους ιδιότητα εάν δημοσιεύουν μηνύματα η διάδοση ή δημοσίευση των οποίων αμείβεται από άλλον.

(28) Μόλις αναφέρεται ότι μια διαφήμιση συνδέεται με πολιτική διαφήμιση, αυτό θα πρέπει να επισημαίνεται σαφώς σε άλλους παρόχους υπηρεσιών που συμμετέχουν στις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης. Επιπλέον, μετά τον χαρακτηρισμό μιας διαφήμισης ως πολιτικής διαφήμισης, η περαιτέρω διάδοσή της θα πρέπει να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις διαφάνειας. Για παράδειγμα, όταν το χορηγούμενο περιεχόμενο μοιράζεται οργανικά, η διαφήμιση θα πρέπει να συνεχίσει να χαρακτηρίζεται ως πολιτική διαφήμιση.

(29) Οι κανόνες περί διαφάνειας που θεσπίζονται στον παρόντα κανονισμό θα πρέπει να εφαρμόζονται μόνο στις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, δηλαδή στην πολιτική διαφήμιση που παρέχεται συνήθως έναντι αμοιβής, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει παροχή σε είδος. Οι απαιτήσεις διαφάνειας δεν θα πρέπει να ισχύουν για περιεχόμενο που μεταφορτώνεται από χρήστη μιας επιγραμμικής υπηρεσίας διαμεσολάβησης, όπως μια επιγραμμική πλατφόρμα, και διαδίδεται από την επιγραμμική υπηρεσία διαμεσολάβησης χωρίς να λαμβάνεται υπόψη η τοποθέτηση, δημοσίευση ή διάδοση του συγκεκριμένου μηνύματος, εκτός εάν ο χρήστης έχει αμειφθεί από τρίτον για την πολιτική διαφήμιση.

(30) Επίσης, οι απαιτήσεις διαφάνειας δεν θα πρέπει να ισχύουν για την ανταλλαγή πληροφοριών μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων ή τηλεφωνικών κλήσεων, εφόσον δεν εμπλέκεται υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης.

(31) Η ελευθερία έκφρασης, όπως προστατεύεται από το άρθρο 11 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων, καλύπτει το δικαίωμα του ατόμου να έχει πολιτικές απόψεις, να λαμβάνει και να μεταδίδει πολιτικές πληροφορίες και να ανταλλάσσει πολιτικές ιδέες. Κάθε περιορισμός σε αυτό πρέπει να συμμορφώνεται με το άρθρο 52 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων και η ελευθερία αυτή μπορεί να υπόκειται σε διαφοροποιήσεις και περιορισμούς όταν δικαιολογούνται από την επιδίωξη έννομου δημόσιου συμφέροντος και συμμορφώνονται με τις γενικές αρχές του δικαίου της ΕΕ, όπως η αναλογικότητα και η ασφάλεια δικαίου. Αυτό συμβαίνει, μεταξύ άλλων, όταν οι πολιτικές ιδέες μεταδίδονται μέσω των παρόχων διαφημιστικών υπηρεσιών.

(32) Όσον αφορά τους επιγραμμικούς μεσάζοντες, ο κανονισμός (ΕΕ) 2021/XX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] εφαρμόζεται στις πολιτικές διαφημίσεις που δημοσιεύονται ή διαδίδονται από επιγραμμικούς μεσάζοντες μέσω οριζόντιων κανόνων που εφαρμόζονται σε όλα τα είδη επιγραμμικών διαφημίσεων, συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών και πολιτικών διαφημίσεων. Με βάση τον ορισμό της πολιτικής διαφήμισης που θεσπίζεται στον παρόντα κανονισμό, είναι σκόπιμο να προβλεφθεί πρόσθετη διασπορά των απαιτήσεων διαφάνειας που καθορίζονται για τους εκδότες διαφημίσεων που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού (ΕΕ) 2021/XX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], ιδίως τις πολύ μεγάλες πλατφόρμες. Αυτό αφορά ιδίως πληροφορίες σχετικά με τη χρηματοδότηση πολιτικών διαφημίσεων. Οι απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού δεν θίγουν τις διατάξεις της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, μεταξύ άλλων όσον αφορά τις υποχρεώσεις εκτίμησης κινδύνου και μετριασμού για τις πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες όσον αφορά τα συστήματα διαφήμισής τους.

(33) Η προετοιμασία, η τοποθέτηση, η προώθηση, η δημοσίευση και η διάδοση της πολιτικής διαφήμισης μπορεί να περιλαμβάνει μια πολύπλοκη αλυσίδα παρόχων υπηρεσιών. Αυτό ισχύει ιδίως όταν η επιλογή του διαφημιστικού περιεχομένου, η επιλογή κριτηρίων στόχευσης, η παροχή δεδομένων που χρησιμοποιούνται για τη

στόχευση μιας διαφήμισης, η παροχή τεχνικών στόχευσης, η παροχή διαφήμισης και η διάδοσή της μπορούν να ελέγχονται από διαφορετικούς παρόχους υπηρεσιών. Για παράδειγμα, οι αυτοματοποιημένες υπηρεσίες μπορούν να υποστηρίξουν την αντιστοίχιση του προφίλ του χρήστη μιας διεπαφής με το παρεχόμενο διαφημιστικό περιεχόμενο, χρησιμοποιώντας δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται απευθείας από τον χρήστη της υπηρεσίας και από την επιγραμμική συμπεριφορά των χρηστών, καθώς και συναχθέντα δεδομένα.

(34) Δεδομένης της σημασίας που έχει η διασφάλιση ιδίως της αποτελεσματικότητας των απαιτήσεων διαφάνειας, μεταξύ άλλων για τη διευκόλυνση της εποπτείας τους, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι σχετικές πληροφορίες που συλλέγουν κατά την παροχή των υπηρεσιών τους, συμπεριλαμβανομένης της ένδειξης ότι μια διαφήμιση είναι πολιτική, παρέχονται στον εκδότη της πολιτικής διαφήμισης που φέρνει την πολιτική διαφήμιση στο κοινό. Προκειμένου να υποστηριχθεί η αποτελεσματική εφαρμογή της απαίτησης αυτής και η έγκαιρη και ακριβής παροχή των πληροφοριών αυτών, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να εξετάσουν και να υποστηρίξουν την αυτοματοποίηση της μετάδοσης πληροφοριών μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης.

(35) Όταν μια τεχνητή εμπορική ή συμβατική κατασκευή κινδυνεύει να καταστρατηγήσει τις υποχρεώσεις διαφάνειας που ορίζονται στον κανονισμό, οι υποχρεώσεις αυτές θα πρέπει να ισχύουν για την οντότητα ή τις οντότητες που παρέχουν ουσιαστικά τη διαφημιστική υπηρεσία.

(36) Τα μέτρα θα μπορούσαν επίσης να περιλαμβάνουν την παροχή ενός αποτελεσματικού μηχανισμού που θα επιτρέπει στα άτομα να επισημαίνουν ότι μια πολιτική διαφήμιση είναι πολιτική, και να αναλαμβάνουν αποτελεσματική δράση για την αντιμετώπιση τέτοιων ενδείξεων.

(37) Ενώ προβλέπονται ειδικές απαιτήσεις, καμία από τις υποχρεώσεις που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι επιβάλλει γενική υποχρέωση παρακολούθησης στους ενδιάμεσους παρόχους υπηρεσιών για πολιτικό περιεχόμενο που που αναδημοσιεύεται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα, ούτε θα πρέπει να θεωρείται ότι επιβάλλει γενική υποχρέωση στους ενδιάμεσους παρόχους υπηρεσιών να λαμβάνουν προληπτικά μέτρα σε σχέση με παράνομο περιεχόμενο ή δραστηριότητες που οι εν λόγω πάροχοι μεταδίδουν ή αποθηκεύουν.

(38) Η διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να επιτρέπει στους πολίτες να κατανοούν ότι έρχονται αντιμέτωποι με μια πολιτική διαφήμιση. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων θα πρέπει να εξασφαλίζουν τη δημοσίευση, σε σχέση με κάθε πολιτική διαφήμιση, σαφούς δήλωσης ότι πρόκειται για πολιτική διαφήμιση και της ταυτότητας του ανάδοχου της. Κατά περίπτωση, το όνομα του ανάδοχου θα μπορούσε να περιλαμβάνει πολιτικό λογότυπο. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων θα πρέπει να χρησιμοποιούν αποτελεσματική επισήμανση, λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις στη σχετική επιστημονική έρευνα και τις βέλτιστες πρακτικές για την παροχή διαφάνειας μέσω της επισήμανσης της διαφήμισης. Θα πρέπει επίσης να εξασφαλίζουν τη δημοσίευση πληροφοριών σε σχέση με κάθε πολιτική διαφήμιση, ώστε να καθίσταται δυνατή η κατανόηση του ευρύτερου πλαισίου της πολιτικής διαφήμισης και των στόχων της, οι οποίες μπορούν είτε να περιλαμβάνονται στην ίδια τη διαφήμιση είτε να παρέχονται από τον εκδότη στον ιστότοπό του, προσβάσιμο μέσω συνδέσμου ή ισοδύναμης σαφούς και φιλικής προς τον χρήστη αναφοράς που περιλαμβάνεται στη διαφήμιση.

(39) Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να παρέχονται σε ανακοίνωση διαφάνειας η οποία θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει την ταυτότητα του ανάδοχου, προκειμένου να υποστηρίζεται η λογοδοσία στην πολιτική διαδικασία. Θα πρέπει να αναφέρεται σαφώς ο τόπος εγκατάστασης του ανάδοχου και αν ο ανάδοχος είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που αφορούν άτομα που εμπλέκονται σε πολιτική διαφήμιση, τα οποία δεν σχετίζονται με τον ανάδοχο ή άλλο εμπλεκόμενο πολιτικό παράγοντα, δεν θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση περί διαφάνειας. Η ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει επίσης να περιέχει πληροφορίες σχετικά με την περίοδο διάδοσης, τυχόν συνδεδεμένες εκλογές, το ποσό που δαπανήθηκε και την αξία άλλων οφελών που ελήφθησαν εν μέρει ή πλήρως για τη συγκεκριμένη διαφήμιση, καθώς και για ολόκληρη τη διαφημιστική εκστρατεία, την πηγή των κονδυλίων που χρησιμοποιήθηκαν και άλλες πληροφορίες για τη διασφάλιση της δίκαιης διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης. Οι πληροφορίες σχετικά με την προέλευση των κονδυλίων που χρησιμοποιήθηκαν αφορούν, για παράδειγμα, τη δημόσια ή ιδιωτική προέλευσή τους, το γεγονός ότι προέρχονται από το εσωτερικό ή το εξωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι πληροφορίες σχετικά με συνδεδεμένες εκλογές ή δημοψηφίσματα θα πρέπει να περιλαμβάνουν, όπου είναι δυνατόν, σύνδεσμο με πληροφορίες από επίσημες πηγές σχετικά με την οργάνωση και τους τρόπους συμμετοχής ή προώθησης της συμμετοχής στις εν λόγω εκλογές ή δημοψηφίσματα. Η ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο επισήμανσης των πολιτικών διαφημίσεων σύμφωνα με τη διαδικασία που θεσπίζεται στον παρόντα κανονισμό. Η απαίτηση αυτή δεν θα πρέπει να θίγει τις διατάξεις σχετικά με την κοινοποίηση σύμφωνα με το άρθρο 14, 15 και 19 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].

(40) Οι πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση διαφάνειας θα πρέπει να παρέχονται στην ίδια τη διαφήμιση ή να είναι εύκολα ανακτήσιμες βάσει ένδειξης που παρέχεται στη διαφήμιση. Η απαίτηση ότι οι πληροφορίες σχετικά με την ανακοίνωση διαφάνειας πρέπει να είναι, μεταξύ άλλων, ευδιάκριτες θα πρέπει να συνεπάγεται ότι εμφανίζονται σε περίοπτη θέση μέσα ή μαζί με τη διαφήμιση. Η απαίτηση ότι οι πληροφορίες που δημοσιεύονται στην ανακοίνωση διαφάνειας πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες, μηχαναναγνώσιμες, όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό, και φιλικές προς τον χρήστη, θα πρέπει να συνεπάγεται ότι καλύπτουν τις ανάγκες των ατόμων με αναπηρία. Το παράρτημα Ι της οδηγίας 2019/882 (Ευρωπαϊκή πράξη για την προσβασιμότητα) περιλαμβάνει απαιτήσεις προσβασιμότητας για πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών πληροφοριών που θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για να καταστούν οι πολιτικές πληροφορίες προσβάσιμες για άτομα με αναπηρίες.

(41) Οι ανακοινώσεις διαφάνειας θα πρέπει να σχεδιάζονται έτσι ώστε να ευαισθητοποιούν τους χρήστες και να βοηθούν στον σαφή προσδιορισμό της πολιτικής διαφήμισης καθεαυτής. Θα πρέπει να σχεδιάζονται έτσι ώστε να παραμένουν σε ισχύ ή να παραμένουν προσβάσιμες σε περίπτωση που μια πολιτική διαφήμιση διαδοθεί περαιτέρω, για παράδειγμα, αναρτηθεί σε άλλη πλατφόρμα ή διαβιβάζεται μεταξύ ιδιωτών. Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση για τη διαφάνεια θα πρέπει να δημοσιεύονται όταν αρχίζει η δημοσίευση των πολιτικών διαφημίσεων και να διατηρούνται για περίοδο ενός έτους μετά την τελευταία δημοσίευση. Οι διατηρούμενες πληροφορίες θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την πολιτική διαφήμιση που διακόπηκε ή αποσύρθηκε από τον εκδότη.

(42) Δεδομένου ότι οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων θέτουν στη διάθεση του κοινού πολιτικές διαφημίσεις, θα πρέπει να δημοσιεύουν ή να διαδίδουν τις εν λόγω πληροφορίες στο κοινό μαζί με τη δημοσίευση ή τη διάδοση της πολιτικής διαφήμισης. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων δεν θα πρέπει να θέτουν στη διάθεση του κοινού τις πολιτικές διαφημίσεις που δεν πληρούν τις απαιτήσεις διαφάνειας δυνάμει του παρόντος κανονισμού. Επιπλέον, οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων που είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2021/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] θα πρέπει να διαθέτουν τις πληροφορίες που περιέχονται στην ανακοίνωση διαφάνειας που είναι διαθέσιμη μέσω των αποθετηρίων διαφημίσεων που δημοσιεύονται σύμφωνα με το άρθρο 30 του κανονισμού [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Αυτό θα διευκολύνει το έργο των ενδιαφερόμενων φορέων, συμπεριλαμβανομένων των ερευνητών, στο πλαίσιο του ειδικού ρόλου τους για τη στήριξη ελεύθερων και δίκαιων εκλογών ή δημοψηφισμάτων και δίκαιων προεκλογικών εκστρατειών, μεταξύ άλλων μέσω του ελέγχου των ανάδοχων πολιτικής διαφήμισης και της ανάλυσης του τοπίου της πολιτικής διαφήμισης.

(43) Όταν ο πάροχος της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης που φιλοξενεί ή αποθηκεύει με άλλο τρόπο και παρέχει το περιεχόμενο μιας πολιτικής διαφήμισης είναι χωριστός από τον πάροχο της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης που ελέγχει τον δικτυακό τόπο ή άλλη διεπαφή που παρουσιάζει τελικά την πολιτική διαφήμιση, οι εν λόγω πάροχοι θα πρέπει να θεωρούνται από κοινού ως εκδότες διαφημίσεων, με την αντίστοιχη ευθύνη όσον αφορά τη συγκεκριμένη υπηρεσία που παρέχουν, ώστε να διασφαλίζεται ότι παρέχεται επισήμανση και ότι διατίθενται η ειδοποίηση διαφάνειας και οι σχετικές πληροφορίες. Οι συμβατικές τους ρυθμίσεις θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν τον τρόπο με τον οποίο οργανώνουν τη συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό.

(44) Οι πληροφορίες σχετικά με τα ποσά που δαπανώνται και την αξία άλλων οφελών που λαμβάνονται εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για πολιτική διαφήμιση μπορούν να συμβάλουν επωφελώς στον πολιτικό διάλογο. Είναι αναγκαίο να εξασφαλιστεί ότι η κατάλληλη επισκόπηση της δραστηριότητας πολιτικής διαφήμισης μπορεί να ληφθεί από τις ετήσιες εκθέσεις που εκπονούν οι αρμόδιοι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων. Για τη στήριξη της εποπτείας και της λογοδοσίας, η εν λόγω υποβολή εκθέσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τις δαπάνες για τη στόχευση της πολιτικής διαφήμισης κατά τη σχετική περίοδο, συγκεντρωτικά για την εκστρατεία ή τον υποψήφιο. Για την αποφυγή δυσανάλογων επιβαρύνσεων, οι εν λόγω υποχρεώσεις υποβολής εκθέσεων διαφάνειας δεν θα πρέπει να ισχύουν για τις επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφος 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ.

(45) Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων που παρέχουν υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να θεσπίσουν μηχανισμούς που θα επιτρέπουν σε άτομα να αναφέρουν σε αυτούς ότι μια συγκεκριμένη πολιτική διαφήμιση την οποία έχουν δημοσιεύσει δεν συμμορφώνεται με τον παρόντα κανονισμό. Οι μηχανισμοί αναφοράς της εν λόγω διαφήμισης θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμοι και εύχρηστοι και να προσαρμόζονται στη μορφή διαφήμισης που διανέμει ο εκδότης της διαφήμισης. Στο μέτρο του δυνατού, οι μηχανισμοί αυτοί θα πρέπει να είναι προσβάσιμοι από την ίδια τη διαφήμιση, για παράδειγμα στον ιστότοπο του διαφημιστικού εκδότη. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων θα πρέπει να μπορούν να βασίζονται στους υφιστάμενους μηχανισμούς, κατά περίπτωση. Όταν εκδότες πολιτικών διαφημίσεων είναι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών φιλοξενίας κατά την έννοια της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες, όσον αφορά τις πολιτικές διαφημίσεις που φιλοξενούνται κατόπιν αιτήματος των αποδεκτών των υπηρεσιών τους, οι διατάξεις του άρθρου 14 της

πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες εξακολουθούν να ισχύουν για κοινοποιήσεις σχετικά με τη μη συμμόρφωση των εν λόγω διαφημίσεων με τον παρόντα κανονισμό.

(46) Προκειμένου να δοθεί η δυνατότητα σε συγκεκριμένες οντότητες να διαδραματίσουν τον ρόλο τους στις δημοκρατίες, είναι σκόπιμο να θεσπιστούν κανόνες σχετικά με τη διαβίβαση πληροφοριών που δημοσιεύονται με την πολιτική διαφήμιση ή περιέχονται στην ανακοίνωση για τη διαφάνεια σε ενδιαφερόμενους παράγοντες, όπως ερευνητές που έχουν υποβληθεί σε έλεγχο, δημοσιογράφους, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και διαπιστευμένους εκλογικούς παρατηρητές, προκειμένου να υποστηριχθεί η άσκηση των αντίστοιχων ρόλων τους στη δημοκρατική διαδικασία. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν θα πρέπει να υποχρεούνται να ανταποκρίνονται σε αιτήματα προδήλως αβάσιμα ή υπερβολικά. Επιπλέον, ο σχετικός πάροχος υπηρεσιών θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να χρεώνει εύλογο τέλος σε περίπτωση επαναλαμβανόμενων και δαπανηρών αιτημάτων, λαμβάνοντας υπόψη το διοικητικό κόστος της παροχής των πληροφοριών.

(47) Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που συλλέγονται άμεσα από φυσικά πρόσωπα, ή έμμεσα όπως δεδομένα που απορρέουν, κατά την ομαδοποίηση φυσικών προσώπων σύμφωνα με τα υποτιθέμενα συμφέροντά τους ή προκύπτουν από την επιγραμμική τους δραστηριότητα, την κατάρτιση προφίλ συμπεριφοράς και άλλες τεχνικές ανάλυσης, χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο για τη στόχευση πολιτικών μηνυμάτων σε ομάδες ή μεμονωμένους ψηφοφόρους ή άτομα, και για την ενίσχυση του αντίκτυπού τους. Βάσει της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως δεδομένων που θεωρούνται ευαίσθητα βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου[11] και του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου[12], διαφορετικές ομάδες ψηφοφόρων ή ατόμων μπορούν να κατατμηθούν και τα χαρακτηριστικά ή τα τρωτά σημεία τους μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο εκμετάλλευσης, για παράδειγμα μέσω της διάδοσης των διαφημίσεων σε συγκεκριμένες στιγμές και σε συγκεκριμένα μέρη που έχουν σχεδιαστεί για να εκμεταλλεύονται τις περιπτώσεις στις οποίες θα ήταν ευαίσθητες σε ένα συγκεκριμένο είδος πληροφοριών/μηνυμάτων. Αυτό έχει συγκεκριμένες και επιζήμιες συνέπειες για τα θεμελιώδη δικαιώματα και τις ελευθερίες των πολιτών όσον αφορά την επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων και την ελευθερία τους να λαμβάνουν αντικειμενικές πληροφορίες, να διαμορφώνουν τη γνώμη τους, να λαμβάνουν πολιτικές αποφάσεις και να ασκούν το δικαίωμα ψήφου τους. Αυτό επηρεάζει αρνητικά τη δημοκρατική διαδικασία. Θα πρέπει να προβλεφθούν πρόσθετοι περιορισμοί και προϋποθέσεις σε σύγκριση με τον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679 και τον κανονισμό (ΕΕ) 2018/1725. Οι προϋποθέσεις που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό σχετικά με τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης που συνεπάγονται την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να βασίζονται στο άρθρο 16 της ΣΛΕΕ.

---

11 Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων) (ΕΕ L 119 της 4.5.2016, σ. 1).

12 Κανονισμός (ΕΕ) 2018/1725 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Οκτωβρίου 2018, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα θεσμικά και λοιπά όργανα και τους οργανισμούς της Ένωσης και την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών, και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 45/2001 και της απόφασης αριθ. 1247/2002/ΕΚ (ΕΕ L 295 της 21.11.2018, σ. 39).

(48) Ως εκ τούτου, θα πρέπει να απαγορευτούν οι τεχνικές στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων που αναφέρεται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. Η χρήση τέτοιων τεχνικών θα πρέπει να επιτρέπεται μόνο όταν πραγματοποιείται από τον υπεύθυνο επεξεργασίας ή από κάποιον που ενεργεί για λογαριασμό του, με βάση τη ρητή συγκατάθεση του υποκειμένου των δεδομένων ή κατά τη διάρκεια των νόμιμων δραστηριοτήτων του με κατάλληλες διασφαλίσεις ιδρύματος, οργάνωσης ή άλλου μη κερδοσκοπικού φορέα με πολιτικό, φιλοσοφικό, θρησκευτικό ή συνδικαλιστικό στόχο και υπό την προϋπόθεση ότι η επεξεργασία αφορά αποκλειστικά τα μέλη ή τα πρώην μέλη του φορέα ή πρόσωπα τα οποία έχουν τακτική επικοινωνία μαζί του σε σχέση με τους σκοπούς του και ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν κοινοποιούνται εκτός του συγκεκριμένου φορέα χωρίς τη συγκατάθεση των υποκειμένων των δεδομένων. Αυτό θα πρέπει να συνοδεύεται από ειδικές διασφαλίσεις. Ως συγκατάθεση θα πρέπει να νοείται η συγκατάθεση κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725. Ως εκ τούτου, δεν θα πρέπει να είναι δυνατή η επίκληση των εξαιρέσεων που προβλέπονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχεία β), γ), ε), στ), ζ), η), θ) και ι) του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 2 στοιχεία β), γ), ε), στ), ζ), η), θ) και ι) του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, αντίστοιχα, για τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης για τη δημοσίευση, την προώθηση ή τη διάδοση πολιτικών διαφημίσεων που αφορούν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/725 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/725.

(49) Προκειμένου να διασφαλιστεί μεγαλύτερη διαφάνεια και λογοδοσία, κατά τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να εφαρμόζουν πρόσθετες διασφαλίσεις. Θα πρέπει να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν πολιτική που να περιγράφει τη χρήση των εν λόγω τεχνικών για τη στόχευση ατόμων ή να διευρύνουν το περιεχόμενό τους και να τηρούν αρχείο των σχετικών δραστηριοτήτων τους. Κατά τη δημοσίευση, την προώθηση ή τη διάδοση πολιτικής διαφήμισης με τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας θα πρέπει να παρέχουν, μαζί με την πολιτική διαφήμιση, ουσιαστικές πληροφορίες που θα επιτρέπουν στο ενδιαφερόμενο άτομο να κατανοεί τη λογική και τις κύριες παραμέτρους της στόχευσης που χρησιμοποιούνται, καθώς και τη χρήση δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών, συμπεριλαμβανομένου του κατά πόσον η στόχευση της διαφήμισης βελτιστοποιήθηκε περαιτέρω κατά την παράδοση.

(50) Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων που χρησιμοποιούν τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης θα πρέπει να περιλαμβάνουν στις ανακοινώσεις τους πληροφορίες σχετικά με τη διαφάνεια που είναι απαραίτητες ώστε το ενδιαφερόμενο άτομο να είναι σε θέση να κατανοήσει τη λογική που ακολουθείται και τις κύριες παραμέτρους της χρησιμοποιούμενης τεχνικής, καθώς και τη χρήση δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών που χρησιμοποιούνται, καθώς και σύνδεσμο με τη σχετική πολιτική του υπευθύνου επεξεργασίας. Σε περίπτωση που ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι διαφορετικός από τον εκδότη διαφημίσεων, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να διαβιβάζει στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης την εσωτερική πολιτική ή αναφορά σε αυτήν. Οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών θα πρέπει, εφόσον χρειάζεται, να διαβιβάζουν στον εκδότη πολιτικής διαφήμισης τις απαραίτητες πληροφορίες για τη συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις τους βάσει του παρόντος κανονισμού. Η παροχή

αυτών των πληροφοριών θα μπορούσε να αυτοματοποιηθεί και να ενσωματωθεί στις συνήθεις επιχειρηματικές διαδικασίες βάσει προτύπων.

(51) Προκειμένου να ενισχυθεί περαιτέρω η δυνατότητα των ατόμων να ασκούν τα δικαιώματά τους όσον αφορά την προστασία των δεδομένων, οι εκδότες πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να παρέχουν πρόσθετες πληροφορίες και αποτελεσματικά εργαλεία στο ενδιαφερόμενο υποκείμενο των δεδομένων για να υποστηρίξουν την άσκηση των δικαιωμάτων τους βάσει του νομικού πλαισίου της ΕΕ για την προστασία των δεδομένων, μεταξύ άλλων για να αντιταχθούν ή να αποσύρουν τη συγκατάθεσή τους όταν μια πολιτική διαφήμιση τους αφορά. Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει επίσης να είναι εύκολα προσβάσιμες απευθείας από την ανακοίνωση για τη διαφάνεια. Τα εργαλεία που τίθενται στη διάθεση των ατόμων για την υποστήριξη της άσκησης των δικαιωμάτων τους θα πρέπει να είναι αποτελεσματικά ώστε να αποτρέπεται η στόχευση ενός ατόμου με πολιτικές διαφημίσεις, καθώς και η στόχευση βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων και από έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους υπευθύνους επεξεργασίας.

(52) Η Επιτροπή θα πρέπει να ενθαρρύνει την κατάρτιση κωδίκων δεοντολογίας, όπως αναφέρεται στο άρθρο 40 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679, προς υποστήριξη της άσκησης των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων στο πλαίσιο αυτό.

(53) Οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με όλες τις απαιτήσεις που ισχύουν για τη χρήση των τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης δυνάμει του παρόντος κανονισμού θα πρέπει να παρουσιάζονται σε μορφή εύκολα προσβάσιμη, ευδιάκριτη και φιλική προς τον χρήστη, μεταξύ άλλων μέσω της χρήσης απλής γλώσσας.

(54) Είναι σκόπιμο να θεσπιστούν κανόνες για τη διαβίβαση πληροφοριών σχετικά με τη στόχευση σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες. Το εφαρμοστέο καθεστώς θα πρέπει να είναι συνεπές με το καθεστώς για τη διαβίβαση πληροφοριών που συνδέονται με τις απαιτήσεις διαφάνειας.

(55) Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που είναι εγκατεστημένοι σε τρίτη χώρα και προσφέρουν υπηρεσίες στην Ένωση θα πρέπει να ορίζουν εξουσιοδοτημένο νόμιμο εκπρόσωπο στην Ένωση, ώστε να καθίσταται δυνατή η αποτελεσματική εποπτεία του παρόντος κανονισμού σε σχέση με τους εν λόγω παρόχους. Ο νόμιμος εκπρόσωπος θα μπορούσε να είναι εκείνος που ορίζεται βάσει του άρθρου 27 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή ο εκπρόσωπος που ορίζεται βάσει του άρθρου 11 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [ΠΨΥ].

(56) Για την αποτελεσματική εποπτεία του παρόντος κανονισμού, είναι αναγκαίο να ανατεθεί στις εποπτικές αρχές η αρμοδιότητα να παρακολουθούν και να επιβάλλουν τους σχετικούς κανόνες. Ανάλογα με το νομικό σύστημα κάθε κράτους μέλους και σύμφωνα με το ισχύον δίκαιο της Ένωσης, συμπεριλαμβανομένου του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], μπορούν να οριστούν διαφορετικές εθνικές δικαστικές ή διοικητικές αρχές για τον σκοπό αυτό.

(57) Όσον αφορά την εποπτεία των επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης δυνάμει του παρόντος κανονισμού, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ορίσουν αρμόδιες αρχές και να διασφαλίσουν ότι η εποπτεία αυτή συνάδει με τις αρμόδιες αρχές που ορίζονται σύμφωνα με το άρθρο 38 του κανονισμού (ΕΕ) [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Οι συντονιστές ψηφιακών υπηρεσιών, σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες, σε κάθε κράτος μέλος θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να είναι υπεύθυνοι για τη διασφάλιση του συντονισμού σε εθνικό επίπεδο όσον αφορά τα εν

λόγω θέματα και να συμμετέχουν, όπου απαιτείται, σε διασυνοριακή συνεργασία με άλλους συντονιστές ψηφιακών υπηρεσιών σύμφωνα με τους μηχανισμούς που προβλέπονται στον κανονισμό (ΕΕ) [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Στο πλαίσιο της εφαρμογής του παρόντος κανονισμού, ο μηχανισμός αυτός θα πρέπει να περιορίζεται στην εθνική συνεργασία μεταξύ των συντονιστών ψηφιακών υπηρεσιών [και δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει την κλιμάκωση σε επίπεδο Ένωσης, όπως προβλέπεται στον κανονισμό (ΕΕ) [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].

(58) Για την εποπτεία των πτυχών του παρόντος κανονισμού που δεν εμπίπτουν στην αρμοδιότητα των εποπτικών αρχών δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και του κανονισμού (ΕΕ) 2018/725, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ορίσουν αρμόδιες αρχές. Για να υποστηριχθεί ο σεβασμός των θεμελιωδών δικαιωμάτων και ελευθεριών, του κράτους δικαίου, των δημοκρατικών αρχών και της εμπιστοσύνης του κοινού στην εποπτεία της πολιτικής διαφήμισης, είναι απαραίτητο οι αρχές αυτές να είναι διαρθρωτικά ανεξάρτητες από εξωτερικές παρεμβάσεις ή πολιτικές πιέσεις και να έχουν την κατάλληλη εξουσία να παρακολουθούν αποτελεσματικά και να λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τον παρόντα κανονισμό, ιδίως με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στο άρθρο 7. Τα κράτη μέλη μπορούν να ορίζουν, ιδίως, τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές ή φορείς δυνάμει του άρθρου 30 της οδηγίας 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου[13].

(59) Στις περιπτώσεις που υπάρχουν ήδη κανόνες βάσει του δικαίου της Ένωσης σχετικά με την παροχή πληροφοριών στις αρμόδιες αρχές και τη συνεργασία με τις εν λόγω αρχές και μεταξύ αυτών, όπως το άρθρο 9 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], ή οι κανόνες που περιέχονται στον κανονισμό (ΕΕ) 2016/679, οι εν λόγω κανόνες θα πρέπει να εφαρμόζονται τηρουμένων των αναλογιών στις σχετικές διατάξεις του παρόντος κανονισμού.

(60) Οι αρχές που είναι αρμόδιες για την εποπτεία του παρόντος κανονισμού θα πρέπει να συνεργάζονται μεταξύ τους τόσο σε εθνικό όσο και σε ενωσιακό επίπεδο, αξιοποιώντας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις υφιστάμενες δομές, συμπεριλαμβανομένων των εθνικών δικτύων συνεργασίας, του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές, όπως αναφέρεται στη σύσταση C (2018) 5949 final, και της ομάδας ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων που συστάθηκε δυνάμει της οδηγίας 2010/13/ΕΕ. Η συνεργασία αυτή θα πρέπει να διευκολύνει την ταχεία και ασφαλή ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με ζητήματα που συνδέονται με την άσκηση των εποπτικών και των εκτελεστικών καθηκόντων τους δυνάμει του παρόντος κανονισμού, μεταξύ άλλων με τον από κοινού εντοπισμό παραβάσεων, την ανταλλαγή πορισμάτων και εμπειρογνωμοσύνης και τη διασύνδεση σχετικά με την εφαρμογή και επιβολή των σχετικών κανόνων.

(61) Προκειμένου να διευκολυνθεί η αποτελεσματική εφαρμογή των υποχρεώσεων που ορίζονται στον κανονισμό, είναι αναγκαίο να εξουσιοδοτηθούν οι εθνικές αρχές να ζητούν από τους παρόχους υπηρεσιών τις σχετικές πληροφορίες σχετικά με τη διαφάνεια της πολιτικής διαφήμισης. Οι πληροφορίες που πρέπει να διαβιβάζονται στις αρμόδιες αρχές θα μπορούσαν να αφορούν διαφημιστική εκστρατεία, να συγκεντρώνονται ανά έτη ή να αφορούν συγκεκριμένες διαφημίσεις. Προκειμένου να

[13] Οδηγία 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 10ης Μαρτίου 2010, για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων) (ΕΕ L 95 της 15.4.2010, σ. 1).

διασφαλιστεί ότι τα αιτήματα για πληροφορίες αυτού του είδους μπορούν να ικανοποιηθούν με αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο, και ταυτόχρονα ότι οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν υπόκεινται σε δυσανάλογες επιβαρύνσεις, είναι αναγκαίο να καθοριστούν ορισμένες προϋποθέσεις τις οποίες θα πρέπει να πληρούν τα εν λόγω αιτήματα. Ειδικότερα, προς το συμφέρον της έγκαιρης εποπτείας μιας εκλογικής διαδικασίας, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ανταποκρίνονται ταχέως στα αιτήματα των αρμόδιων αρχών και πάντα εντός 10 εργάσιμων ημερών από την παραλαβή του μέτρου. Για λόγους ασφάλειας δικαίου και με σεβασμό των δικαιωμάτων υπεράσπισης, τα αιτήματα παροχής πληροφοριών από αρμόδια αρχή θα πρέπει να περιέχουν επαρκή αιτιολόγηση και πληροφορίες σχετικά με τα διαθέσιμα ένδικα μέσα. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης θα πρέπει να ορίζουν σημεία επαφής για την αλληλεπίδραση με τις αρμόδιες αρχές. Τα εν λόγω σημεία επαφής θα μπορούσαν να είναι ηλεκτρονικά.

(62) Τα κράτη μέλη θα πρέπει να ορίσουν ένα σημείο επαφής σε επίπεδο Ένωσης για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού. Το σημείο επαφής θα πρέπει, αν είναι δυνατόν, να είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές. Το σημείο επαφής θα πρέπει να διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων αρχών μεταξύ των κρατών μελών όσον αφορά τα καθήκοντα εποπτείας και επιβολής, ιδίως μέσω της διαμεσολάβησης με τα σημεία επαφής σε άλλα κράτη μέλη και με τις δικές τους αρμόδιες αρχές.

(63) Οι αρχές των κρατών μελών θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι παραβάσεις των υποχρεώσεων που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό τιμωρούνται με διοικητικά πρόστιμα ή οικονομικές κυρώσεις. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τη φύση, τη σοβαρότητα, την επανάληψη και τη διάρκεια της παράβασης, λαμβάνοντας υπόψη το διακυβευόμενο δημόσιο συμφέρον, την έκταση και το είδος των ασκούμενων δραστηριοτήτων καθώς και την οικονομική ικανότητα του παραβάτη. Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο καίριος ρόλος που διαδραματίζουν οι υποχρεώσεις που ορίζονται στο άρθρο 7 για την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων του παρόντος κανονισμού. Επιπλέον, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη κατά πόσον ο ενδιαφερόμενος πάροχος υπηρεσιών συστηματικά ή επανειλημμένα δεν συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις του που απορρέουν από τον παρόντα κανονισμό, μεταξύ άλλων καθυστερώντας την παροχή πληροφοριών σε ενδιαφερόμενες οντότητες, καθώς και, κατά περίπτωση, κατά πόσον ο πάροχος υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δραστηριοποιείται σε διάφορα κράτη μέλη. Οι οικονομικές κυρώσεις και τα διοικητικά πρόστιμα είναι, σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση, αποτελεσματικά, αναλογικά και αποτρεπτικά, λαμβανομένης δεόντως υπόψη της παροχής επαρκών και προσβάσιμων διαδικαστικών εγγυήσεων, και ιδίως προκειμένου να διασφαλίζεται ότι ο πολιτικός διάλογος παραμένει ανοικτός και προσβάσιμος.

(64) Η άσκηση εκ μέρους των αρμοδίων φορέων των εξουσιών τους δυνάμει του παρόντος κανονισμού υπόκειται στις δέουσες δικονομικές εγγυήσεις σύμφωνα με το δίκαιο της Ένωσης και το εθνικό δίκαιο, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης πραγματικής δικαστικής προσφυγής και της τήρησης της προσήκουσας διαδικασίας.

(65) Τα κράτη μέλη θα πρέπει να δημοσιεύουν την ακριβή διάρκεια των εκλογικών περιόδων τους, που καθορίζονται σύμφωνα με τις εκλογικές τους παραδόσεις, αρκετά πριν από την έναρξη του εκλογικού χρονοδιαγράμματος.

(66) Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του παρόντος κανονισμού, θα πρέπει να ανατεθεί στην Επιτροπή η εξουσία έκδοσης πράξεων σύμφωνα με το άρθρο 290 της

Συνθήκης όσον αφορά το άρθρο 7 παράγραφος 7 για τον περαιτέρω προσδιορισμό της μορφής με την οποία θα πρέπει να παρέχονται οι απαιτήσεις για την παροχή πληροφοριών στις ανακοινώσεις διαφάνειας σύμφωνα με το εν λόγω άρθρο· και όσον αφορά το άρθρο 12 παράγραφος 8 για τον περαιτέρω προσδιορισμό της μορφής με την οποία θα πρέπει να παρέχονται οι απαιτήσεις παροχής πληροφοριών σχετικά με τη στόχευση. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό η Επιτροπή να διεξάγει κατάλληλες διαβουλεύσεις, μεταξύ άλλων με εμπειρογνώμονες που ορίζονται από κάθε κράτος μέλος, οι δε διαβουλεύσεις να πραγματοποιούνται σύμφωνα με τις αρχές που ορίζονται στη διοργανική συμφωνία της 13ης Απριλίου 2016 για τη βελτίωση του νομοθετικού έργου. Πιο συγκεκριμένα, προκειμένου να εξασφαλιστεί η ίση συμμετοχή στην προετοιμασία των κατ' εξουσιοδότηση πράξεων, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο λαμβάνουν όλα τα έγγραφα κατά τον ίδιο χρόνο με τους εμπειρογνώμονες των κρατών μελών, και οι εμπειρογνώμονές τους έχουν συστηματικά πρόσβαση στις συνεδριάσεις των ομάδων εμπειρογνωμόνων της Επιτροπής που ασχολούνται με την προετοιμασία κατ' εξουσιοδότηση πράξεων.

(67) Εντός δύο ετών από κάθε εκλογή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Επιτροπή θα πρέπει να υποβάλλει δημόσια έκθεση σχετικά με την αξιολόγηση και την αναθεώρηση του παρόντος κανονισμού. Κατά την εκπόνηση της εν λόγω έκθεσης, η Επιτροπή θα πρέπει επίσης να λάβει υπόψη την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού στο πλαίσιο άλλων εκλογών και δημοψηφισμάτων που διεξάγονται στην Ένωση. Η έκθεση θα πρέπει να επανεξετάζει, μεταξύ άλλων, τη συνεχιζόμενη καταλληλότητα των διατάξεων των παραρτημάτων του παρόντος κανονισμού και να εξετάζει την ανάγκη αναθεώρησής τους.

(68) Συμπληρωματικές υποχρεώσεις σχετικά με τη χρήση της πολιτικής διαφήμισης από τα ευρωπαϊκά πολιτικά κόμματα προβλέπονται στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1141/2014 σχετικά με το καθεστώς και τη χρηματοδότηση των ευρωπαϊκών πολιτικών κομμάτων και ιδρυμάτων.

(69) Δεδομένου ότι οι στόχοι του παρόντος κανονισμού, δηλαδή η συμβολή στην εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς για την πολιτική διαφήμιση και τις συναφείς υπηρεσίες και η θέσπιση κανόνων για τη χρήση της στόχευσης στο πλαίσιο της δημοσίευσης και διάδοσης της πολιτικής διαφήμισης, δεν μπορούν να επιτευχθούν επαρκώς από τα κράτη μέλη και μπορούν, συνεπώς, να επιτευχθούν καλύτερα σε ενωσιακό επίπεδο, η Ένωση μπορεί να εκδώσει τον παρόντα κανονισμό, σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας, όπως ορίζεται στο άρθρο 5 της ΣΕΕ. Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, όπως διατυπώνεται σε αυτό το άρθρο, ο παρών κανονισμός δεν υπερβαίνει τα αναγκαία για την επίτευξη των εν λογω στόχων.

(70) Ο παρών κανονισμός δεν θίγει τους κανόνες που ορίζονται ειδικά στην οδηγία 2000/31/ΕΚ, μεταξύ άλλων τους κανόνες περί περιορισμού της ευθύνης των ενδιάμεσων φορέων παροχής υπηρεσιών στα άρθρα 12 έως 15 της εν λόγω οδηγίας όπως τροποποιήθηκε στον κανονισμό (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], στον κανονισμό (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές αγορές], στην οδηγία 2002/58/ΕΚ και στον κανονισμό (ΕΕ) XXX [κανονισμός για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες], καθώς και στην οδηγία 2010/13/ΕΕ, την οδηγία 2000/31/ΕΚ, την οδηγία 2002/58/ΕΚ, την οδηγία 2005/29/ΕΚ, την οδηγία 2011/83/ΕΕ, την οδηγία 2006/114/ΕΚ, την οδηγία 2006/123/ΕΚ και τον κανονισμό (ΕΕ) 2019/1150.

(71) Ζητήθηκε, σύμφωνα με το άρθρο 42 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725, η γνώμη του Ευρωπαίου Επόπτη Προστασίας Δεδομένων, που γνωμοδότησε στις ΧΧ ΧΧ 2022.

ΕΞΕΔΩΣΑΝ ΤΟΝ ΠΑΡΟΝΤΑ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι — ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 1

Αντικείμενο και πεδίο εφαρμογής

1. Ο παρών κανονισμός θεσπίζει:

α) εναρμονισμένες υποχρεώσεις διαφάνειας για τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης και συναφών υπηρεσιών ώστε να διατηρούν, να δημοσιοποιούν και να δημοσιεύουν πληροφορίες που συνδέονται με την παροχή των εν λόγω υπηρεσιών·

β) εναρμονισμένοι κανόνες για τη χρήση τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης στο πλαίσιο της δημοσίευσης, διάδοσης ή προώθησης πολιτικής διαφήμισης, οι οποίοι περιλαμβάνουν τη χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

2. Ο παρών κανονισμός εφαρμόζεται στις πολιτικές διαφημίσεις που προετοιμάζονται, τοποθετούνται, προωθούνται, δημοσιεύονται ή διαδίδονται στην Ένωση ή απευθύνονται σε ιδιώτες σε ένα ή περισσότερα κράτη μέλη, ανεξάρτητα από τον τόπο εγκατάστασης του παρόχου των διαφημιστικών υπηρεσιών και ανεξάρτητα από τα χρησιμοποιούμενα μέσα.

3. Οι στόχοι του παρόντος κανονισμού είναι:

α) η συμβολή στην εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς για την πολιτική διαφήμιση και τις συναφείς υπηρεσίες·

β) η προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

1. Ο παρών κανονισμός δεν θίγει τους κανόνες που ορίζονται στα εξής:

α) Οδηγία 2000/31/ΕΚ·

β) Οδηγία 2002/58/ΕΚ και Κανονισμός (ΕΕ) XXX [κανονισμός για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες]·

γ) Οδηγία 2005/29/ΕΚ·

δ) Οδηγία 2006/114/ΕΚ·

ε) Οδηγία 2006/123/ΕΚ·

στ) Οδηγία (ΕΕ) 2010/13·

ζ) Οδηγία 2011/83/ΕΚ·

η) Κανονισμός (ΕΕ) 2019/1150·

θ) Κανονισμός (ΕΕ) 2021/xxx [Πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες].

Άρθρο 2

Ορισμοί

Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

1. «υπηρεσία»: κάθε μη μισθωτή οικονομική δραστηριότητα, που παρέχεται κατά κανόνα έναντι αμοιβής, κατά το άρθρο 57 ΣΛΕΕ·

2. «πολιτική διαφήμιση»: η προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση ή διάδοση, με οποιοδήποτε μέσο, ενός μηνύματος:

   α) από πολιτικό παράγοντα, για λογαριασμό ή εξ ονόματός του, εκτός εάν έχει καθαρά ιδιωτικό ή αμιγώς εμπορικό χαρακτήρα· ή

   β) που ενδέχεται να επηρεάσει το αποτέλεσμα εκλογών ή δημοψηφίσματος, νομοθετικής ή κανονιστικής διαδικασίας ή συμπεριφοράς κατά την ψηφοφορία.

3. «πολιτική διαφήμιση»: ένα παράδειγμα πολιτικής διαφήμισης.

4. «πολιτικός παράγοντας»: οποιοδήποτε από τα ακόλουθα:

   α) πολιτικό κόμμα κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ, Ευρατόμ) αριθ. 1141/2014 ή οντότητα που συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με τη σφαίρα δραστηριότητας του εν λόγω πολιτικού κόμματος·

   β) πολιτική συμμαχία κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1141/2014·

   γ) ευρωπαϊκό πολιτικό κόμμα κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ, Ευρατόμ) αριθ. 1141/2014·

   δ) υποψήφιος για οποιοδήποτε αιρετό αξίωμα σε ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, ή για μία από τις ηγετικές θέσεις ενός πολιτικού κόμματος·

   ε) αιρετό υπάλληλο σε δημόσιο θεσμικό όργανο σε ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο·

   στ) μη εκλεγμένο μέλος της κυβέρνησης σε ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο·

   ζ) οργάνωση πολιτικής εκστρατείας με ή χωρίς νομική προσωπικότητα, η οποία έχει συσταθεί για την επίτευξη συγκεκριμένου αποτελέσματος σε εκλογές ή δημοψήφισμα·

   η) κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που εκπροσωπεί ή ενεργεί εξ ονόματος οποιουδήποτε από τα πρόσωπα ή τις οργανώσεις που αναφέρονται στα στοιχεία α) έως ζ) και προωθεί τους πολιτικούς στόχους οποιουδήποτε εξ αυτών.

5. «υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης»: υπηρεσία που συνίσταται σε πολιτική διαφήμιση, με εξαίρεση την επιγραμμική ενδιάμεση κατά την έννοια του άρθρου 2 στοιχείο στ) του κανονισμού (ΕΕ) 2021/XXX [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες], η οποία παρέχεται χωρίς αντάλλαγμα για την τοποθέτηση, τη δημοσίευση ή τη διάδοση του συγκεκριμένου μηνύματος·

6. «εκστρατεία πολιτικής διαφήμισης»: προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση ή διάδοση σειράς συνδεδεμένων διαφημίσεων στο πλαίσιο σύμβασης για πολιτική διαφήμιση, βάσει κοινής προετοιμασίας, χορηγίας ή χρηματοδότησης·

7. «ανάδοχος»: το φυσικό ή νομικό πρόσωπο εξ ονόματος του οποίου προετοιμάζεται, τοποθετείται, δημοσιεύεται ή διαδίδεται μια πολιτική διαφήμιση·

8. «τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης»: τεχνικές που χρησιμοποιούνται είτε για την αντιμετώπιση προσαρμοσμένης πολιτικής διαφήμισης μόνο σε συγκεκριμένο πρόσωπο ή ομάδα προσώπων είτε για την αύξηση της κυκλοφορίας, της εμβέλειας ή της προβολής μιας πολιτικής διαφήμισης·

9. «εκλογική περίοδος»: η περίοδος πριν ή κατά τη διάρκεια ή αμέσως μετά από εκλογές ή δημοψηφίσματα σε κράτος μέλος και κατά τη διάρκεια της οποίας οι προεκλογικές δραστηριότητες υπόκεινται σε ειδικούς κανόνες·

10. «σχετικό εκλογικό σώμα»: το σώμα των ατόμων που έχουν δικαίωμα ψήφου στις εκλογές ή το δημοψήφισμα που αμφισβητείται στο κράτος μέλος στο οποίο κυκλοφορεί μια πολιτική διαφήμιση, το οποίο μπορεί να είναι το σύνολο του εκλογικού σώματος ενός κράτους μέλους·

11. «εκδότης πολιτικής διαφήμισης»: φυσικό ή νομικό πρόσωπο που μεταδίδει, καθιστά διαθέσιμη μέσω διεπαφής ή διοχετεύει με άλλο τρόπο στο κοινό πολιτική διαφήμιση μέσω οποιουδήποτε μέσου·

12. «υπεύθυνος επεξεργασίας»: ο υπεύθυνος επεξεργασίας σύμφωνα με το άρθρο 4 παράγραφος 7 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή, κατά περίπτωση, το άρθρο 4 παράγραφος 8 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725.

Για τους σκοπούς της πρώτης παραγράφου, τα μηνύματα του σημείου 2 από επίσημες πηγές σχετικά με την οργάνωση και τις λεπτομέρειες συμμετοχής σε εκλογές ή δημοψηφίσματα ή για την προώθηση της συμμετοχής σε εκλογές ή δημοψηφίσματα δεν συνιστούν πολιτική διαφήμιση.

Άρθρο 3

Επίπεδο εναρμόνισης

1. Τα κράτη μέλη δεν διατηρούν ούτε θεσπίζουν, για λόγους διαφάνειας, διατάξεις ή μέτρα που παρεκκλίνουν από τα προβλεπόμενα στον παρόντα κανονισμό.

2. Η παροχή υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης δεν απαγορεύεται ούτε περιορίζεται για λόγους διαφάνειας όταν πληρούνται οι απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ — ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Άρθρο 4

Διαφάνεια

Οι υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης παρέχονται με διαφανή τρόπο σύμφωνα με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στα άρθρα 5 έως 11 και στο άρθρο 14 του παρόντος κανονισμού.

Άρθρο 5

Προσδιορισμός των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης

1. Οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών ζητούν από ανάδοχους και παρόχους διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργούν για λογαριασμό χορηγών να δηλώσουν αν η διαφήμιση που ζητούν από τον πάροχο υπηρεσιών για την προετοιμασία, την τοποθέτηση, τη δημοσίευση ή τη διάδοση συνιστά υπηρεσία πολιτικής διαφήμισης κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 5. Οι ανάδοχοι και οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών που ενεργούν για λογαριασμό αναδόχων υποβάλλουν σχετική δήλωση.

2. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης μεριμνούν ώστε οι συμβατικές ρυθμίσεις που συνάπτονται για την παροχή υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης να προσδιορίζουν τον τρόπο με τον οποίο τηρούνται οι σχετικές διατάξεις του παρόντος κανονισμού.

Άρθρο 6

Τήρηση αρχείων και διαβίβαση πληροφοριών

1. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης διατηρούν τις πληροφορίες που συλλέγουν κατά την παροχή των υπηρεσιών τους, σχετικά με τα ακόλουθα:

   α) την πολιτική διαφήμιση ή την πολιτική διαφημιστική εκστρατεία με την οποία συνδέονται η υπηρεσία ή οι υπηρεσίες·

   β) τη συγκεκριμένη υπηρεσία ή υπηρεσίες που παρέχονται σε σχέση με την πολιτική διαφήμιση·

   γ) τα ποσά που χρέωσαν για την παρεχόμενη υπηρεσία ή υπηρεσίες και την αξία άλλων παροχών που έλαβαν εν μέρει ή εξ ολοκλήρου για την υπηρεσία ή τις υπηρεσίες που παρασχέθηκαν· και

   δ) κατά περίπτωση, την ταυτότητα του χορηγού και τα στοιχεία επικοινωνίας του.

2. Οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 παρέχονται γραπτώς και μπορούν να είναι σε ηλεκτρονική μορφή. Οι πληροφορίες αυτές διατηρούνται για περίοδο πέντε ετών από την ημερομηνία της τελευταίας προετοιμασίας, τοποθέτησης, δημοσίευσης ή διάδοσης, ανάλογα με την περίπτωση.

3. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης μεριμνούν ώστε οι πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 1 να γνωστοποιούνται στον εκδότη της πολιτικής διαφήμισης, ο οποίος θα διαδίδει την πολιτική διαφήμιση ώστε να μπορούν οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων να συμμορφώνονται με τις υποχρεώσεις τους δυνάμει του παρόντος κανονισμού. Οι πληροφορίες αυτές διαβιβάζονται εγκαίρως και με ακρίβεια σύμφωνα με τις βέλτιστες πρακτικές και τα πρότυπα του κλάδου, μέσω τυποποιημένης αυτοματοποιημένης διαδικασίας, όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό.

Άρθρο 7

Απαιτήσεις διαφάνειας για κάθε πολιτική διαφήμιση

1. Στο πλαίσιο της παροχής υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης, κάθε πολιτική διαφήμιση διατίθεται με τις ακόλουθες πληροφορίες με σαφή, ευδιάκριτο και αδιαμφισβήτητο τρόπο:

   α) μια δήλωση ότι πρόκειται για πολιτική διαφήμιση·

   β) την ταυτότητα του χορηγού της πολιτικής διαφήμισης και της οντότητας που ελέγχει τελικά τον ανάδοχο·

   γ) μια ανακοίνωση για τη διαφάνεια που θα επιτρέπει την κατανόηση του ευρύτερου πλαισίου της πολιτικής διαφήμισης και των στόχων της, ή σαφή ένδειξη του πού μπορεί να ανακτηθεί εύκολα.

   Στο πλαίσιο αυτό, οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων χρησιμοποιούν αποτελεσματικές και εμφανείς τεχνικές σήμανσης και επισήμανσης που επιτρέπουν την εύκολη αναγνώριση της διαφήμισης ως πολιτικής και εξασφαλίζουν ότι η σήμανση ή η επισήμανση παραμένει σε ισχύ σε περίπτωση περαιτέρω διάδοσης μιας πολιτικής διαφήμισης.

2. Η ανακοίνωση διαφάνειας περιλαμβάνεται σε κάθε πολιτική διαφήμιση ή ανακτάται εύκολα από αυτήν και περιλαμβάνει τις ακόλουθες πληροφορίες:

   α) την ταυτότητα του ανάδοχου και τα στοιχεία επικοινωνίας του·

   β) την περίοδο κατά την οποία πρόκειται να δημοσιευθεί και να διαδοθεί η πολιτική διαφήμιση·

   γ) με βάση, μεταξύ άλλων, πληροφορίες που ελήφθησαν σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 3, πληροφορίες σχετικά με τα συνολικά ποσά που δαπανήθηκαν ή άλλα οφέλη που ελήφθησαν εν μέρει ή πλήρως για την προετοιμασία, τοποθέτηση, προώθηση, δημοσίευση και διάδοση της σχετικής διαφήμισης, και της εκστρατείας πολιτικής διαφήμισης, κατά περίπτωση, και τις πηγές τους·

   δ) κατά περίπτωση, αναφορά των εκλογών ή των δημοψηφισμάτων με τα οποία συνδέεται η διαφήμιση·

   ε) κατά περίπτωση, συνδέσμους προς επιγραμμικά αποθετήρια διαφημίσεων·

   στ) πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο χρήσης των μηχανισμών που προβλέπονται στο άρθρο 9 παράγραφος 1.

   ζ) Οι πληροφορίες που πρέπει να περιλαμβάνονται στην ανακοίνωση διαφάνειας παρέχονται με τη χρήση των ειδικών πεδίων δεδομένων που ορίζονται στο παράρτημα I.

3. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων καταβάλλουν εύλογες προσπάθειες για να διασφαλίσουν ότι οι πληροφορίες που αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2 είναι πλήρεις και, σε αντίθετη περίπτωση, δεν καθιστούν διαθέσιμη την πολιτική διαφήμιση.

4. Οι ανακοινώσεις διαφάνειας επικαιροποιούνται και παρουσιάζονται σε μορφή εύκολα προσβάσιμη και, όπου είναι τεχνικά εφικτό, σε μηχαναγνώσιμη μορφή,

ευδιάκριτη και φιλική προς τον χρήστη, μεταξύ άλλων με τη χρήση απλής γλώσσας. Οι πληροφορίες δημοσιεύονται από τον εκδότη της πολιτικής διαφήμισης με την πολιτική διαφήμιση από την πρώτη δημοσίευσή της έως ένα έτος μετά την τελευταία δημοσίευσή της.

5. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων διατηρούν τις ανακοινώσεις διαφάνειας μαζί με τυχόν τροποποιήσεις για περίοδο πέντε ετών μετά τη λήξη της περιόδου που αναφέρεται στην παράγραφο 4.

6. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων που είναι πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες κατά την έννοια του άρθρου 25 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [ΠΨΥ] διασφαλίζουν ότι τα αποθετήρια που διαθέτουν σύμφωνα με το άρθρο 30 του εν λόγω κανονισμού [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] καθιστούν διαθέσιμες για κάθε πολιτική διαφήμιση στο αποθετήριο τις πληροφορίες που αναφέρονται στην παράγραφο 2.

7. Τα κράτη μέλη, συμπεριλαμβανομένων των αρμόδιων αρχών, και η Επιτροπή ενθαρρύνουν την εκπόνηση κωδίκων δεοντολογίας που έχουν ως στόχο να συμβάλουν στην ορθή εφαρμογή του παρόντος άρθρου, λαμβάνοντας υπόψη τα ειδικά χαρακτηριστικά των εμπλεκόμενων σχετικών παρόχων υπηρεσιών και τις ειδικές ανάγκες των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, κατά την έννοια του άρθρου 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΚ.

8. Ανατίθεται στην Επιτροπή η εξουσία να εκδίδει κατ' εξουσιοδότηση πράξεις σύμφωνα με το άρθρο 19 για την τροποποίηση του παραρτήματος Ι προσθέτοντας, τροποποιώντας ή αφαιρώντας στοιχεία από τον κατάλογο των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με την παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου, όταν, υπό το πρίσμα των τεχνολογικών εξελίξεων, τέτοιου είδους τροποποίηση είναι αναγκαία για το ευρύτερο πλαίσιο της πολιτικής διαφήμισης και τους σκοπούς της που πρέπει να γίνουν κατανοητοί.

Άρθρο 8

Περιοδική υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης

1. Όταν παρέχουν υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, οι εκδότες διαφήμισης περιλαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα ποσά ή την αξία άλλων οφελών που λαμβάνουν εν μέρει ή πλήρως για τις εν λόγω υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης τεχνικών στόχευσης και ενίσχυσης, συγκεντρωτικά ανά εκστρατεία, ως μέρος της έκθεσης διαχείρισής τους κατά την έννοια του άρθρου 19 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ στις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις τους.

2. Η παράγραφος 1 δεν εφαρμόζεται σε επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 3 παράγραφος 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ.

Άρθρο 9

Ένδειξη πιθανών παράνομων πολιτικών διαφημίσεων

3. Όταν παρέχουν υπηρεσίες πολιτικής διαφήμισης, οι εκδότες διαφημίσεων θέτουν σε εφαρμογή μηχανισμούς που επιτρέπουν στα άτομα να τους γνωστοποιούν, δωρεάν, ότι μια συγκεκριμένη διαφήμιση που έχουν δημοσιεύσει δεν συμμορφώνεται με τον παρόντα κανονισμό.

4. Οι πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο κοινοποίησης των πολιτικών διαφημίσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 1 είναι φιλικές προς τον χρήστη και εύκολα προσβάσιμες, μεταξύ άλλων και από την ανακοίνωση περί διαφάνειας.

5. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων επιτρέπουν την υποβολή των πληροφοριών που αναφέρονται στην παράγραφο 1 με ηλεκτρονικά μέσα. Ο εκδότης πολιτικής διαφήμισης ενημερώνει τα άτομα για τη συνέχεια που δίδεται στην κοινοποίηση που αναφέρεται στην παράγραφο 1.

6. Επανειλημμένες κοινοποιήσεις βάσει της παραγράφου 1 σχετικά με την ίδια διαφήμιση ή διαφημιστική εκστρατεία μπορούν να απαντηθούν συλλογικά, μεταξύ άλλων με αναφορά σε ανακοίνωση στον ιστότοπο του σχετικού εκδότη πολιτικής διαφήμισης.

Άρθρο 10

Διαβίβαση πληροφοριών στις αρμόδιες αρχές

1. Οι αρμόδιες εθνικές αρχές έχουν την εξουσία να ζητούν από πάροχο υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης να διαβιβάζει τις πληροφορίες που αναφέρονται στα άρθρα 6, 7 και 8. Οι διαβιβαζόμενες πληροφορίες πρέπει να είναι πλήρεις, ακριβείς και αξιόπιστες και να παρέχονται σε σαφή, συνεκτική, ενοποιημένη και κατανοητή μορφή. Όπου είναι τεχνικά εφικτό, οι πληροφορίες διαβιβάζονται σε μηχαναγνώσιμο μορφότυπο.

   Το αίτημα περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

   α) αιτιολογία που εξηγεί τον στόχο για τον οποίο ζητούνται οι πληροφορίες και τους λόγους για τους οποίους το αίτημα είναι αναγκαίο και αναλογικό, εκτός εάν το αίτημα επιδιώκει τον στόχο της πρόληψης, διερεύνησης, ανίχνευσης και δίωξης ποινικών αδικημάτων και στον βαθμό που οι λόγοι της αίτησης θα έθεταν σε κίνδυνο τον εν λόγω στόχο·

   β) πληροφορίες σχετικά με την έννομη προστασία που έχει στη διάθεσή του ο σχετικός πάροχος υπηρεσιών και ο ανάδοχος της υπηρεσίας πολιτικής διαφήμισης.

2. Μετά την παραλαβή αιτήματος σύμφωνα με την παράγραφο 1, οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης επιβεβαιώνουν, εντός δύο εργάσιμων ημερών, την παραλαβή του εν λόγω αιτήματος και ενημερώνουν την αρχή σχετικά με τα μέτρα που έχουν ληφθεί για τη συμμόρφωσή τους προς αυτήν. Ο σχετικός πάροχος υπηρεσιών παρέχει τις ζητούμενες πληροφορίες εντός δέκα εργάσιμων ημερών.

3. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης ορίζουν σημείο επαφής για την αλληλεπίδραση με τις αρμόδιες εθνικές αρχές. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής

διαφήμισης που είναι ΜΜΕ κατά την έννοια του άρθρου 3 της οδηγίας 2013/34/ΕΕ μπορούν να διορίζουν εξωτερικό φυσικό πρόσωπο ως σημείο επαφής.

Άρθρο 11

Διαβίβαση πληροφοριών σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες

1. Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για τη διαβίβαση των πληροφοριών που αναφέρονται στο άρθρο 6 σε ενδιαφερόμενες οντότητες κατόπιν αιτήματος και χωρίς κόστος.

   Οι πάροχοι υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για τη διαβίβαση των πληροφοριών που αναφέρονται στο άρθρο 7 σε ενδιαφερόμενες οντότητες κατόπιν αιτήματος και χωρίς κόστος.

2. Οι ενδιαφερόμενες οντότητες που ζητούν τη διαβίβαση πληροφοριών σύμφωνα με την παράγραφο 1 είναι ανεξάρτητες από εμπορικά συμφέροντα και εμπίπτουν σε μία ή περισσότερες από τις ακόλουθες κατηγορίες:

   α) διαπιστευμένοι ερευνητές που υποβάλλονται σε έλεγχο σύμφωνα με το άρθρο 31 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]·

   β) μέλη οργάνωσης της κοινωνίας των πολιτών της οποίας καταστατικοί στόχοι είναι η προστασία και η προώθηση του δημόσιου συμφέροντος, εξουσιοδοτημένα βάσει του εθνικού ή του ενωσιακού δικαίου·

   γ) πολιτικοί παράγοντες, όπως επιτρέπεται από το εθνικό δίκαιο· ή

   δ) εθνικοί ή διεθνείς παρατηρητές εκλογών διαπιστευμένοι σε κράτος μέλος.

   Οι εν λόγω ενδιαφερόμενες οντότητες περιλαμβάνουν επίσης δημοσιογράφους διαπιστευμένους σε κράτος μέλος από εθνικούς, ευρωπαϊκούς ή διεθνείς φορείς.

3. Μετά από αίτημα ενδιαφερόμενου φορέα, ο πάροχος υπηρεσιών καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για να παράσχει τις ζητούμενες πληροφορίες ή την αιτιολογημένη απάντησή του σύμφωνα με την παράγραφο 5, εντός ενός μηνός.

4. Κατά την προετοιμασία των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με την παράγραφο 1, ο πάροχος υπηρεσιών μπορεί να συγκεντρώνει τα σχετικά ποσά ή να τα τοποθετεί σε ένα εύρος τιμών, στον βαθμό που απαιτείται για την προστασία των εμπορικών έννομων συμφερόντων του.

5. Όταν τα αιτήματα σύμφωνα με την παράγραφο 1 είναι προδήλως αβάσιμα, ασαφή ή υπερβολικά, ιδίως λόγω έλλειψης σαφήνειας, ο πάροχος υπηρεσιών μπορεί να αρνηθεί να απαντήσει. Στην περίπτωση αυτή, ο οικείος πάροχος υπηρεσιών αποστέλλει αιτιολογημένη απάντηση στον ενδιαφερόμενο φορέα που υποβάλλει το αίτημα.

6. Όταν τα αιτήματα βάσει της παραγράφου 1 είναι επαναλαμβανόμενα και η επεξεργασία τους συνεπάγεται σημαντικό κόστος, ο πάροχος υπηρεσιών μπορεί να επιβάλει εύλογο και αναλογικό τέλος, το οποίο σε κάθε περίπτωση δεν υπερβαίνει το διοικητικό κόστος παροχής των ζητούμενων πληροφοριών.

7. Οι πάροχοι υπηρεσιών φέρουν το βάρος της απόδειξης ότι μια αίτηση είναι προδήλως αβάσιμη, ασαφής ή υπερβολική, ή ότι τα αιτήματα είναι επαναλαμβανόμενα και συνεπάγονται σημαντικό κόστος επεξεργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ — ΣΤΟΧΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Άρθρο 12

Ειδικές απαιτήσεις σχετικά με τη στόχευση και την ενίσχυση

1. Απαγορεύονται οι τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης που συνεπάγονται την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης.

2. Η απαγόρευση που προβλέπεται στην πρώτη πρόταση δεν εφαρμόζεται στις περιπτώσεις που αναφέρονται στο άρθρο 9 παράγραφος 2 στοιχείο α) και δ) του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και στο άρθρο 10 παράγραφος 2 στοιχείο α) και δ) του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725.

3. Κατά τη χρήση τεχνικών στόχευσης ή ενίσχυσης στο πλαίσιο πολιτικής διαφήμισης που περιλαμβάνει την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, οι υπεύθυνοι επεξεργασίας, επιπλέον των απαιτήσεων που ορίζονται στον κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 και στον κανονισμός (ΕΕ) 2018/1725, κατά περίπτωση, συμμορφώνονται με τις ακόλουθες απαιτήσεις:

   α) υιοθετεί και εφαρμόζει εσωτερική πολιτική που περιγράφει με σαφήνεια και σε απλή γλώσσα, ιδίως τη χρήση τέτοιων τεχνικών για τη στόχευση ατόμων ή την ενίσχυση του περιεχομένου, και διατηρεί την πολιτική αυτή για περίοδο πέντε ετών·

   β) τηρεί αρχεία σχετικά με τη χρήση της στόχευσης ή της ενίσχυσης, τους σχετικούς μηχανισμούς, τις τεχνικές και τις παραμέτρους που χρησιμοποιούνται, καθώς και την (τις) πηγή (-ές) των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που χρησιμοποιούνται.

   γ) να παρέχει, μαζί με την πολιτική διαφήμιση, πρόσθετες πληροφορίες που είναι απαραίτητες για να μπορεί το ενδιαφερόμενο άτομο να κατανοήσει τη σχετική λογική και τις κύριες παραμέτρους της χρησιμοποιούμενης τεχνικής, καθώς και τη χρήση δεδομένων τρίτων και πρόσθετων αναλυτικών τεχνικών. Οι πληροφορίες αυτές καλύπτουν τα στοιχεία που περιέχονται στο παράρτημα ΙΙ.

4. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων που χρησιμοποιούν τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης περιλαμβάνουν στην ανακοίνωση διαφάνειας που απαιτείται βάσει του άρθρου 7 τις πληροφορίες που ορίζονται στην παράγραφο 3 και σύνδεσμο στην πολιτική που αναφέρεται στην παράγραφο 3 στοιχείο α). Σε περίπτωση που ο υπεύθυνος επεξεργασίας είναι διαφορετικός από τον εκδότη διαφημίσεων, ο υπεύθυνος επεξεργασίας διαβιβάζει την εσωτερική πολιτική ή αναφορά σε αυτήν στον εκδότη της πολιτικής διαφήμισης.

5. Οι εκδότες πολιτικών διαφημίσεων που χρησιμοποιούν τεχνικές στόχευσης ή ενίσχυσης που αναφέρονται στην παράγραφο 3 περιλαμβάνουν στη διαφήμιση ή μαζί με αυτήν καθώς και στην ανακοίνωση διαφάνειας που απαιτείται βάσει του

άρθρου 7 παράγραφος στοιχείο α), αναφορά σε αποτελεσματικά μέσα στήριξης των ατόμων που ασκούν τα δικαιώματά τους δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679.

6. Οι πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με την παρούσα διάταξη παρουσιάζονται σε μορφότυπο εύκολα προσβάσιμο και, όπου είναι τεχνικά εφικτό, σε μηχαναγνώσιμο μορφότυπο, ευδιάκριτο και εύχρηστο, μεταξύ άλλων με τη χρήση απλής γλώσσας.

7. Οι πάροχοι διαφημιστικών υπηρεσιών διαβιβάζουν, εφόσον απαιτείται, στον υπεύθυνο επεξεργασίας τις πληροφορίες που απαιτούνται για τη συμμόρφωση με την παράγραφο 3.

8. Ανατίθεται στην Επιτροπή η εξουσία να εκδίδει κατ' εξουσιοδότηση πράξεις σύμφωνα με το άρθρο 19 για την τροποποίηση του παραρτήματος ΙΙ τροποποιώντας ή αφαιρώντας στοιχεία του καταλόγου των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται σύμφωνα με την παράγραφο 3 στοιχείο γ) του παρόντος άρθρου, υπό το πρίσμα τεχνολογικών εξελίξεων στη σχετική επιστημονική έρευνα και των εξελίξεων στην εποπτεία από τις αρμόδιες αρχές και των σχετικών οδηγιών που εκδίδονται από τους αρμόδιους φορείς.

Άρθρο 13

Διαβίβαση πληροφοριών σχετικά με τη στόχευση και την ενίσχυση

σε άλλες ενδιαφερόμενες οντότητες

1. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας που αναφέρεται στο άρθρο 12 λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα για να διαβιβάσει, κατόπιν αιτήματος των ενδιαφερόμενων φορέων σύμφωνα με το άρθρο 11 παράγραφος 1, τις πληροφορίες που αναφέρονται στο άρθρο 12.

2. Το άρθρο 11 παράγραφοι 2 έως 7 εφαρμόζονται κατ' αναλογίαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV — ΕΠΟΠΤΕΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Άρθρο 14

Νόμιμος εκπρόσωπος

1. Οι πάροχοι υπηρεσιών που παρέχουν πολιτική διαφήμιση στην Ένωση, αλλά δεν διαθέτουν εγκατάσταση στην Ένωση, ορίζουν εγγράφως φυσικό ή νομικό πρόσωπο ως νόμιμο εκπρόσωπό τους σε ένα από τα κράτη μέλη στα οποία ο πάροχος προσφέρει τις υπηρεσίες του.

2. Ο νόμιμος εκπρόσωπος είναι υπεύθυνος για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις υποχρεώσεις του αντιπροσωπευόμενου παρόχου υπηρεσιών σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό και είναι ο αποδέκτης όλων των επικοινωνιών που προβλέπονται στον παρόντα κανονισμό με τον σχετικό πάροχο υπηρεσιών. Κάθε επικοινωνία με

τον εν λόγω νόμιμο εκπρόσωπο θεωρείται ανακοίνωση προς τον αντιπροσωπευόμενο πάροχο υπηρεσιών.

Άρθρο 15

Αρμόδιες αρχές και σημεία επαφής

1. Οι εποπτικές αρχές που αναφέρονται στο άρθρο 51 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 ή στο άρθρο 52 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 είναι αρμόδιες για την παρακολούθηση της εφαρμογής του άρθρου12 του παρόντος κανονισμού στο αντίστοιχο πεδίο αρμοδιότητάς τους. Το άρθρο 58 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και το άρθρο 58 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 2018/1725 εφαρμόζονται τηρουμένων των αναλογιών. Το κεφάλαιο VII του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 εφαρμόζεται για τις δραστηριότητες που καλύπτονται από το άρθρο 12 του παρόντος κανονισμού.

2. Τα κράτη μέλη ορίζουν αρμόδιες αρχές για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης των παρόχων ενδιάμεσων υπηρεσιών, κατά την έννοια του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [ΠΨΥ], με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στα άρθρα 5 έως 11 και στο άρθρο 14 του παρόντος κανονισμού, κατά περίπτωση. Οι αρμόδιες αρχές που ορίζονται βάσει του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] μπορούν επίσης να είναι μία από τις αρμόδιες αρχές που ορίζονται για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης των επιγραμμικών διαμεσολαβητών με τις υποχρεώσεις που ορίζονται στα άρθρα 5 έως 11 και στο άρθρο 14 του παρόντος κανονισμού. Ο συντονιστής ψηφιακών υπηρεσιών που αναφέρεται στο άρθρο 38 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx σε κάθε κράτος μέλος είναι υπεύθυνος για τη διασφάλιση του συντονισμού σε εθνικό επίπεδο όσον αφορά τους παρόχους ενδιάμεσων υπηρεσιών, όπως ορίζονται στον κανονισμό (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες]. Το άρθρο 45 παράγραφος 1 έως 4 και το άρθρο 46 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) 2021/xxx [πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες] εφαρμόζονται σε θέματα που σχετίζονται με την εφαρμογή του παρόντος κανονισμού όσον αφορά τους παρόχους ενδιάμεσων υπηρεσιών.

3. Κάθε κράτος μέλος ορίζει μία ή περισσότερες αρμόδιες αρχές που είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή και την επιβολή των πτυχών του παρόντος κανονισμού που δεν αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2. Κάθε αρμόδια αρχή που ορίζεται δυνάμει της παρούσας παραγράφου απολαύει διαρθρωτικής ανεξαρτησίας τόσο από τον τομέα όσο και από οποιαδήποτε εξωτερική παρέμβαση ή πολιτική πίεση. Παρακολουθεί αποτελεσματικά και λαμβάνει, με πλήρη ανεξαρτησία, τα αναγκαία και αναλογικά μέτρα για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τον παρόντα κανονισμό.

4. Οι αρμόδιες αρχές που αναφέρονται στην παράγραφο 3, κατά την άσκηση των εποπτικών καθηκόντων τους σε σχέση με τον παρόντα κανονισμό, έχουν την εξουσία να ζητούν πρόσβαση σε δεδομένα, έγγραφα ή οποιεσδήποτε απαραίτητες πληροφορίες από παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης για την εκτέλεση των εποπτικών καθηκόντων τους.

5. Οι αρμόδιες αρχές που αναφέρονται στην παράγραφο 3, κατά την άσκηση των εκτελεστικών εξουσιών τους σε σχέση με τον παρόντα κανονισμό, έχουν την εξουσία:

α) να εκδίδουν προειδοποιήσεις προς τους παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης σχετικά με τη μη συμμόρφωσή τους με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τον παρόντα κανονισμό·

β) να δημοσιεύουν μια δήλωση στην οποία προσδιορίζεται το νομικό και το φυσικό πρόσωπο (ή πρόσωπα) που ευθύνονται για την παράβαση υποχρέωσης που προβλέπεται στην παρούσα οδηγία και η φύση της εν λόγω παράβασης·

γ) να επιβάλλουν διοικητικά πρόστιμα και οικονομικές κυρώσεις.

6. Τα κράτη μέλη διασφαλίζουν τη συνεργασία μεταξύ αρμόδιων φορέων ιδίως στο πλαίσιο δικτύων εθνικών εκλογών για τη διευκόλυνση της ταχείας και ασφαλούς ανταλλαγής πληροφοριών σχετικά με ζητήματα που συνδέονται με την άσκηση των εποπτικών και των εκτελεστικών καθηκόντων τους δυνάμει του παρόντος κανονισμού, μεταξύ άλλων με τον από κοινού εντοπισμό παραβάσεων, την ανταλλαγή πορισμάτων και εμπειρογνωμοσύνης και τη διασύνδεση σχετικά με την εφαρμογή και επιβολή των σχετικών κανόνων.

7. Κάθε κράτος μέλος ορίζει μια αρμόδια αρχή ως σημείο επαφής σε επίπεδο Ένωσης για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού.

8. Σε περίπτωση που ο πάροχος των υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης παρέχει υπηρεσίες σε περισσότερα του ενός κράτη μέλη, ή έχει την κύρια εγκατάστασή του ή αντιπρόσωπο σε κράτος μέλος, αλλά παρέχει τις κύριες δραστηριότητές του σε άλλο κράτος μέλος, η αρμόδια αρχή του κράτους μέλους της κύριας εγκατάστασης ή άλλης εγκατάστασης ή του αντιπροσώπου, και οι αρμόδιες αρχές των εν λόγω άλλων κρατών μελών συνεργάζονται και βοηθούν ο ένας τον άλλον, όπως απαιτείται. Εκτός εάν ρυθμίζεται ήδη από το δίκαιο της Ένωσης, η συνεργασία αυτή συνεπάγεται, τουλάχιστον, τα ακόλουθα:

α) οι αρμόδιες αρχές που εφαρμόζουν μέτρα εποπτείας ή επιβολής σε ένα κράτος μέλος, μέσω του σημείου επαφής που αναφέρεται στην παράγραφο 7, ενημερώνουν και διαβουλεύονται με τις αρμόδιες αρχές στο άλλο ενδιαφερόμενο κράτος μέλος (ή στα άλλα κράτη μέλη) για τα μέτρα εποπτείας και επιβολής που λαμβάνονται και τη συνέχεια που δίνεται σε αυτά·

β) μια αρμόδια αρχή μπορεί να ζητήσει, μέσω του σημείου επαφής που αναφέρεται στην παράγραφο 7, με τεκμηριωμένο, αιτιολογημένο και αναλογικό τρόπο, άλλη αρμόδια αρχή, εφόσον είναι σε καλύτερη θέση, να λάβει τα μέτρα εποπτείας ή επιβολής που αναφέρονται στις παραγράφους 4 και 5· και

γ) μια αρμόδια αρχή, μόλις λάβει αιτιολογημένο αίτημα από άλλη αρμόδια αρχή, παρέχει συνδρομή στην άλλη αρμόδια αρχή, ώστε τα μέτρα εποπτείας ή επιβολής που αναφέρονται στις παραγράφους 4 και 5 να μπορούν να εφαρμοστούν με αποτελεσματικό, αποδοτικό και συνεπή τρόπο. Η ερωτώμενη σχετική αρμόδια αρχή, μέσω των σημείων επαφής που αναφέρονται στην παράγραφο 7 και εντός χρονικού διαστήματος ανάλογου προς τον επείγοντα χαρακτήρα του αιτήματος, παρέχει απάντηση κοινοποιώντας τις ζητούμενες πληροφορίες ή ενημερώνοντας ότι δεν θεωρεί ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις για την υποβολή αιτήματος συνδρομής βάσει του παρόντος κανονισμού. Κάθε πληροφορία που ανταλλάσσεται στο πλαίσιο της βοήθειας που ζητείται και παρέχεται βάσει του παρόντος άρθρου χρησιμοποιείται μόνο για το θέμα για το οποίο ζητήθηκε.

9. Τα σημεία επαφής συνεδριάζουν περιοδικά σε επίπεδο Ένωσης στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας για τις Εκλογές για να διευκολύνουν την ταχεία και ασφαλή ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με ζητήματα που συνδέονται με την άσκηση των εποπτικών καθηκόντων τους και των καθηκόντων επιβολής σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό.

Άρθρο 16

Κυρώσεις

1. Σε σχέση με τα άρθρα 5 έως 11, 13 και 14, τα κράτη μέλη θεσπίζουν κανόνες σχετικά με τις κυρώσεις, συμπεριλαμβανομένων διοικητικών προστίμων και οικονομικών κυρώσεων που επιβάλλονται σε παρόχους υπηρεσιών πολιτικής διαφήμισης που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους για παραβάσεις του παρόντος κανονισμού, οι οποίοι σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση είναι αποτελεσματικοί, αναλογικοί και αποτρεπτικοί.

2. Τα κράτη μέλη κοινοποιούν τους κανόνες αυτούς στην Επιτροπή εντός δώδεκα μηνών από την έναρξη ισχύος του παρόντος κανονισμού και της κοινοποιούν, χωρίς καθυστέρηση, τυχόν μετέπειτα τροποποιήσεις που τους επηρεάζουν.

3. Κατά τη λήψη απόφασης σχετικά με το είδος των κυρώσεων και το ύψος τους, σε κάθε μεμονωμένη περίπτωση λαμβάνονται δεόντως υπόψη, μεταξύ άλλων, τα εξής:

   α) η φύση, η βαρύτητα και η διάρκεια της παράβασης·

   β) το αν η παράβαση διαπράχθηκε εκ προθέσεως ή εξ αμελείας·

   γ) τυχόν μέτρα που ελήφθησαν για τον μετριασμό τυχόν ζημίας·

   δ) τυχόν σχετικές προηγούμενες παραβάσεις και κάθε άλλον επιβαρυντικό ή ελαφρυντικό παράγοντα που εφαρμόζεται στις περιστάσεις της υπόθεσης· και

   ε) τον βαθμό συνεργασίας με την αρμόδια αρχή.

4. Οι παραβάσεις του άρθρου 7 θεωρούνται ιδιαίτερα σοβαρές όταν αφορούν πολιτική διαφήμιση που δημοσιεύεται ή διαδίδεται κατά τη διάρκεια μιας εκλογικής περιόδου και απευθύνεται σε πολίτες του κράτους μέλους στο οποίο οργανώνονται οι σχετικές εκλογές.

5. Εάν ένας πάροχος υπηρεσιών παραβιάζει εκ προθέσεως ή εξ αμελείας τις διατάξεις του παρόντος κανονισμού, για την ίδια ή συνδεδεμένη πολιτική διαφήμιση, το συνολικό ποσό του διοικητικού προστίμου είναι επαρκώς προσαρμόσιμο ώστε να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι σχετικοί παράγοντες· το γεγονός ότι ο κανονισμός έχει παραβιαστεί από πολλαπλές απόψεις αντανακλάται στο ποσό του συνολικού προστίμου, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας.

6. Για παραβάσεις των υποχρεώσεων που ορίζονται στο άρθρο 12, οι εποπτικές αρχές που αναφέρονται στο άρθρο 51 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 μπορούν, εντός του πεδίου της αρμοδιότητάς τους, να επιβάλλουν διοικητικά πρόστιμα σύμφωνα με το άρθρο 83 του κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και έως το ποσό που αναφέρεται στο άρθρο 83 παράγραφος 5 του εν λόγω κανονισμού.

7. Για παραβάσεις των υποχρεώσεων που ορίζονται στο άρθρο 12, η εποπτική αρχή που αναφέρεται στο άρθρο 52 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 μπορεί να επιβάλει,

εντός του πεδίου της αρμοδιότητάς της, διοικητικά πρόστιμα σύμφωνα με το άρθρο 66 του κανονισμού (ΕΕ) 2018/1725 έως το ποσό που αναφέρεται στο άρθρο 66 παράγραφος 3 του εν λόγω κανονισμού.

Άρθρο 17

Δημοσίευση των εκλογικών περιόδων

Τα κράτη μέλη δημοσιεύουν τις ημερομηνίες των εθνικών εκλογικών τους περιόδων σε εύκολα προσβάσιμο τόπο, με κατάλληλη αναφορά στον παρόντα κανονισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V – ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 18

Αξιολόγηση και επανεξέταση

Εντός δύο ετών από κάθε εκλογή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και για πρώτη φορά το αργότερο έως τις 31 Δεκεμβρίου 2026, η Επιτροπή υποβάλλει έκθεση σχετικά με την αξιολόγηση και την αναθεώρηση του παρόντος κανονισμού. Η έκθεση αυτή αξιολογεί την ανάγκη τροποποίησης του παρόντος κανονισμού. Η έκθεση αυτή δημοσιοποιείται.

Άρθρο 19

Άσκηση της εξουσιοδότησης

1. Ανατίθεται στην Επιτροπή η εξουσία να εκδίδει κατ’ εξουσιοδότηση πράξεις υπό τους όρους του παρόντος άρθρου.
2. Η προβλεπόμενη στο άρθρο 7 παράγραφος 8 και στο άρθρο 12 παράγραφος 8 εξουσία έκδοσης κατ’ εξουσιοδότηση πράξεων ανατίθεται στην Επιτροπή για μία περίοδο [έως ότου αξιολογηθεί η εφαρμογή του παρόντος κανονισμού, δύο έτη μετά τις επόμενες ευρωβουλευτικές εκλογές].
3. Η προβλεπόμενη στο άρθρο 7 παράγραφος 7 και στο άρθρο 12 παράγραφος 8 ανάθεση εξουσιών δύναται να ανακληθεί, ανά πάσα στιγμή, από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ή το Συμβούλιο. Η απόφαση ανάκλησης επιφέρει τη λήξη της εξουσιοδότησης που προσδιορίζεται στην εν λόγω απόφαση. Παράγει αποτελέσματα από την επομένη της δημοσίευσης της απόφασης στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή σε μεταγενέστερη ημερομηνία που ορίζεται σε αυτήν. Δεν θίγει το κύρος των ήδη εν ισχύ κατ’ εξουσιοδότηση πράξεων.
4. Μόλις εκδώσει κατ’ εξουσιοδότηση πράξη, η Επιτροπή κοινοποιεί την εν λόγω πράξη ταυτόχρονα στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο.
5. Κάθε κατ’ εξουσιοδότηση πράξη η οποία εκδίδεται δυνάμει του άρθρου 7 παράγραφος 7 και του άρθρου 12 παράγραφος 8 τίθεται σε ισχύ μόνον εφόσον το

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ή το Συμβούλιο δεν διατύπωσαν αντιρρήσεις εντός δύο μηνών από την κοινοποίηση της πράξης στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο ή εφόσον, πριν από τη λήξη αυτής της προθεσμίας, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο ενημέρωσαν αμφότερα την Επιτροπή ότι δεν θα εγείρουν αντιρρήσεις. Η προθεσμία αυτή παρατείνεται κατά δύο μήνες κατόπιν πρωτοβουλίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου ή του Συμβουλίου.

Άρθρο 20

Έναρξη ισχύος και εφαρμογή

1. Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει την εικοστή ημέρα από τη δημοσίευσή του στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
2. Τίθεται σε εφαρμογή από την 1η Απριλίου 2023.
3. Ο παρών κανονισμός είναι δεσμευτικός ως προς όλα τα μέρη του και ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος μέλος.

Βρυξέλλες,

Για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο	*Για το Συμβούλιο*
Ο πρόεδρος	*Ο πρόεδρος*