Gazzetta ufficiale
dell'Unione europea

IT
Serie L

2025/1410

16.7.2025

# REGOLAMENTO DI ESECUZIONE (UE) 2025/1410 DELLA COMMISSIONE

**del 9 luglio 2025**

**relativo al formato, al modello e alle specifiche tecniche delle etichette e degli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica a norma degli articoli 11 e 12 del regolamento (UE) 2024/900 del Parlamento europeo e del Consiglio**

**(Testo rilevante ai fini del SEE)**

LA COMMISSIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea,

visto il regolamento (UE) 2024/900 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 marzo 2024, relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica ([1]), in particolare l'articolo 11, paragrafo 4 e l'articolo 12, paragrafo 7,

considerando quanto segue:

(1) Il regolamento (UE) 2024/900 stabilisce norme armonizzate per la pubblicità politica e i servizi connessi e per l'uso delle tecniche di targeting e di consegna del messaggio pubblicitario che comportano il trattamento di dati personali nel contesto della pubblicità politica online. Come indicato al considerando 2 del regolamento (UE) 2024/900, la pubblicità politica può essere diffusa o pubblicata nei media tradizionali offline, come giornali, televisione e radio, ma anche sempre più spesso su piattaforme online, siti web, applicazioni mobili, videogiochi e altre interfacce digitali.

(2) L'articolo 11, paragrafo 4, e l'articolo 12, paragrafo 7, del regolamento (UE) 2024/900 impongono alla Commissione di adottare atti di esecuzione che stabiliscano, rispettivamente, il formato e il modello delle etichette di cui all'articolo 11, paragrafo 3, e il formato e le specifiche tecniche per gli avvisi di trasparenza di cui all'articolo 11, paragrafo 1, lettera e), e all'articolo 12.

(3) L'articolo 11, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2024/900 stabilisce che gli editori di pubblicità politica provvedono affinché ogni messaggio di pubblicità politica riporti in modo chiaro, ben visibile e privo di ambiguità le informazioni seguenti: a) una dichiarazione attestante che si tratta di un messaggio di pubblicità politica; b) l'identità dello sponsor e, ove applicabile, dell'entità che in ultima istanza controlla lo sponsor; c) ove applicabile, l'indicazione dell'elezione, del referendum o del processo legislativo o regolamentare cui è connesso il messaggio di pubblicità politica; d) ove applicabile, una dichiarazione attestante che il messaggio di pubblicità politica è stato oggetto di tecniche di targeting o di consegna del messaggio; e) un avviso di trasparenza che contenga le informazioni di cui all'articolo 12, paragrafo 1, dello stesso regolamento oppure l'indicazione chiara di dove lo si possa reperire facilmente e in modo diretto. A norma dell'articolo 11, paragrafo 2, del regolamento (UE) 2024/900, gli editori di pubblicità politica garantiscono la completezza delle informazioni di cui al paragrafo 1 di tale articolo e l'accuratezza delle informazioni su dove è possibile reperire l'avviso di trasparenza.

(4) A norma dell'articolo 11, paragrafo 3, del regolamento (UE) 2024/900, le informazioni di cui all'articolo 11, paragrafo 1, dello stesso regolamento sono rese disponibili sotto forma di un'etichetta inclusa nel messaggio di pubblicità politica e adeguata al mezzo utilizzato dal messaggio di pubblicità politica. A norma dell'articolo 11, paragrafo 3, secondo comma, del regolamento (UE) 2024/900, tali etichette sono ben visibili, consentono alle persone di identificare facilmente come tale un messaggio di pubblicità politica e permangono in caso di ulteriore diffusione del messaggio di pubblicità politica.

([1]) GU L, 2024/900, 20.3.2024, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2024/900/oj.

(5) L'articolo 11, paragrafo 1, lettera e), del regolamento (UE) 2024/900 impone agli editori di pubblicità politica di garantire che ciascun messaggio di pubblicità politica riporti un avviso di trasparenza che contenga le informazioni di cui all'articolo 12, paragrafo 1, di tale regolamento, oppure l'indicazione chiara di dove lo si possa reperire facilmente e in modo diretto. A norma dell'articolo 12, paragrafo 3, del regolamento (UE) 2024/900, gli avvisi di trasparenza sono inclusi in ogni messaggio di pubblicità politica o sono comunque facilmente reperibili in qualsiasi momento durante il periodo di pubblicazione del messaggio di pubblicità politica. Gli avvisi di trasparenza sono tenuti aggiornati per tutto il periodo di pubblicazione del messaggio di pubblicità politica, sono presentati in un formato facilmente accessibile e, almeno quando il messaggio di pubblicità politica è reso disponibile per via elettronica, sono in un formato leggibile da dispositivo automatico. Sono inoltre nella lingua del messaggio di pubblicità politica.

(6) Come indicato al considerando 87 del regolamento (UE) 2024/900, le informazioni da fornire in merito alle tecniche di targeting e alle tecniche di consegna del messaggio pubblicitario dovrebbero essere in formato facilmente fruibile, chiaramente visibili e di facile uso, e formulate con linguaggio semplice, e accessibili alle persone con disabilità.

(7) Inoltre, l'articolo 12, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2024/900 stabilisce che gli editori di pubblicità politica conservano gli avvisi di trasparenza e le eventuali modifiche ad essi apportate per un periodo di sette anni dopo l'ultima pubblicazione della pubblicità politica interessata.

(8) L'articolo 11, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2024/900 prevede che gli Stati membri, comprese le autorità di controllo, e la Commissione incoraggino l'elaborazione di codici di condotta volontari destinati a contribuire alla corretta etichettatura dei messaggi di pubblicità politica.

(9) È necessario stabilire il formato e il modello delle etichette e degli avvisi di trasparenza e garantire che siano adattati al mezzo utilizzato dai messaggi di pubblicità politica. È opportuno stabilire requisiti generali per le etichette e gli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica offline e online in modo da coprire l'ampia gamma di forme di pubblicazione fisiche e digitali, includendo, se del caso, i gadget elettorali. Ulteriori requisiti dovrebbero tenere conto delle specificità dei media audiovisivi lineari e a richiesta, dei servizi radiofonici non lineari, nonché del formato distinto dei media stampati, quali giornali, riviste, brochure, opuscoli, fascicoli, manifesti o volantini, e delle caratteristiche specifiche dei media digitali, incluse le piattaforme online, i siti web, le applicazioni mobili e i videogiochi.

(10) Si potrebbero utilizzare al meglio gli elementi dell'interfaccia utente che facilitano la navigazione e la visualizzazione delle informazioni sul supporto online, quali miniature, icone, visualizzazione annidata, finestre pop-up o messaggi in sovraimpressione all'interno dell'applicazione, per presentare etichette e garantire che i cittadini riconoscano facilmente i messaggi di pubblicità politica online senza entrare in contatto con il messaggio di pubblicità politica stesso.

(11) È importante stabilire specifiche tecniche per gli avvisi di trasparenza messi a disposizione online. Tali specifiche tecniche non dovrebbero pregiudicare i requisiti tecnici relativi alla trasmissione di informazioni al registro europeo dei messaggi di pubblicità politica online, che è necessaria per consentire agli editori di pubblicità politica di rispettare gli obblighi di cui all'articolo 13, paragrafi 2 e 4, del regolamento (UE) 2024/900.

(12) Al fine di garantire l'accessibilità per le persone con disabilità, è necessario prendere in considerazione i requisiti di accessibilità applicabili di cui all'allegato I della direttiva (UE) 2019/882 del Parlamento europeo e del Consiglio ([2]), come quelli di cui alla sezione III dello stesso, al momento di pubblicare gli avvisi di trasparenza.

(13) Il presente regolamento tiene conto delle esigenze specifiche delle micro, piccole e medie imprese, in ottemperanza al principio di proporzionalità.

([2]) Direttiva (UE) 2019/882 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sui requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi (GU L 151 del 7.6.2019, pag. 70, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj).

(14) Conformemente all'articolo 42, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio ([3]), il Garante europeo della protezione dei dati è stato consultato e ha formulato il suo parere il 17 giugno 2025.

(15) Le misure di cui al presente regolamento sono conformi al parere del comitato di cui all'articolo 29, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2024/900,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

*Articolo 1*

1. Le etichette di cui all'articolo 11 del regolamento (UE) 2024/900 sono conformi agli allegati I e II del presente regolamento.

2. Gli avvisi di trasparenza di cui all'articolo 12 del regolamento (UE) 2024/900 sono conformi agli allegati I, II e III del presente regolamento.

*Articolo 2*

Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Esso si applica a decorrere dal 10 ottobre 2025.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 9 luglio 2025

*Per la Commissione*
*La presidente*
Ursula VON DER LEYEN

([3]) Regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 ottobre 2018, sulla tutela delle persone fisiche in relazione al trattamento dei dati personali da parte delle istituzioni, degli organi e degli organismi dell'Unione e sulla libera circolazione di tali dati, e che abroga il regolamento (CE) n. 45/2001 e la decisione n. 1247/2002/CE (GU L 295 del 21.11.2018, pag. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

*ALLEGATO I*

**Formato delle etichette e degli avvisi di trasparenza**

1. **Requisiti generali**

1. La presente sezione stabilisce i requisiti comuni per le etichette e gli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica applicabili a tutte le forme e a tutti i mezzi di pubblicazione, diffusione e consegna di messaggi di pubblicità politica.

2. L'etichetta deve essere inclusa nel messaggio di pubblicità politica, apposta o associata allo stesso in modo chiaro, ben visibile e privo di ambiguità, per comunicare adeguatamente al lettore, al visualizzatore o all'ascoltatore le informazioni di cui all'allegato II del presente regolamento.

3. Un'etichetta non è chiara, ben visibile e priva di ambiguità quando, per una persona comune, è difficile da leggere, visualizzare o ascoltare, o se passa facilmente inosservata, ad esempio perché non si distingue chiaramente dal messaggio di pubblicità politica o a causa della configurazione del supporto di pubblicazione o divulgazione.

4. Le etichette visive e gli avvisi di trasparenza devono essere leggibili, in caratteri di dimensioni e forma adeguati, adattarsi al supporto di pubblicazione e utilizzare un contrasto sufficiente, nonché un'adeguata spaziatura tra lettere, righe e paragrafi.

5. Le etichette sonore devono essere pronunciate in modo chiaro e articolato con un tono formale. Le etichette sonore non devono essere accompagnate da suoni di fondo.

6. Se per fornire un riferimento al luogo da cui è possibile reperire l'avviso di trasparenza si ricorre a un link a una pagina web, un codice QR o misure tecniche equivalenti di facile uso, essi devono condurre direttamente all'avviso di trasparenza.

7. I codici QR devono essere in alto contrasto con il colore di fondo delle etichette e di dimensioni facilmente leggibili con lettori di QR comunemente disponibili, come quelli integrati in un dispositivo di comunicazione portatile.

2. **Requisiti specifici per la televisione e la radio**

1. La presente sezione si applica alle etichette e agli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica messi a disposizione attraverso i servizi di media audiovisivi ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera a), punto i), della direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio ([1]), nonché attraverso servizi radiofonici lineari e non lineari.

2. Le etichette visive devono essere esposte per l'intera durata del messaggio di pubblicità politica. In alternativa le etichette visive possono essere esposte a schermo intero all'inizio o alla fine del messaggio di pubblicità politica se:

   a) sono mostrate per almeno 3 secondi e

   b) la dichiarazione indicante che il messaggio pubblicitario è un messaggio di pubblicità politica, il nome dello sponsor e il link alla pagina web all'avviso di trasparenza sono riportati in modo chiaro, ben visibile e privo di ambiguità per l'intera durata del messaggio di pubblicità politica.

3. L'etichetta può essere fornita come combinazione di formati visivi e audio utilizzando, se del caso, i modelli di cui all'allegato II, punti 1 e 2, purché sia rispettato il punto 2, lettera b).

([1]) Direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 10 marzo 2010, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) (GU L 95 del 15.4.2010, pag. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj).

4. Le etichette sonore devono essere annunciate all'inizio o alla fine del messaggio di pubblicità politica.

3. **Requisiti specifici per la stampa**

1. La presente sezione si applica alle etichette e agli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica messi a disposizione tramite la stampa.

2. Di norma, l'etichetta deve essere contenuta in un unico riquadro stampato.

3. Se incluso nello stesso materiale stampato del messaggio di pubblicità politica, l'avviso di trasparenza deve essere di norma contenuto in un unico riquadro stampato.

4. L'etichetta e l'avviso di trasparenza devono essere esposti in alto contrasto con lo sfondo.

4. **Requisiti specifici per il supporto digitale**

1. La presente sezione si applica alle etichette e agli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica messi a disposizione in formato digitale, fatta eccezione per i servizi di media audiovisivi ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera a), punto i), della direttiva 2010/13/UE e i servizi radiofonici lineari e non lineari.

2. Se i messaggi di pubblicità politica sono messi a disposizione sotto forma di video, le etichette visive devono essere esposte per l'intera durata del messaggio di pubblicità politica. In alternativa le etichette visive possono essere esposte a schermo intero all'inizio o alla fine del messaggio di pubblicità politica se:

   a) sono mostrate per almeno 3 secondi e

   b) la dichiarazione indicante che il messaggio pubblicitario è un messaggio di pubblicità politica, il nome dello sponsor e il link alla pagina web all'avviso di trasparenza sono riportati in modo chiaro, ben visibile e privo di ambiguità per l'intera durata del messaggio di pubblicità politica.

3. Per presentare l'etichetta possono essere usati elementi dell'interfaccia utente che facilitano la navigazione online e la visualizzazione delle informazioni, a condizione che il punto 2, lettera b), sia rispettato senza che sia necessaria alcuna ulteriore azione.

4. Le etichette visive mostrate o visualizzate ai sensi del punto 3 devono essere con testo scuro su sfondo chiaro.

5. Se il messaggio di pubblicità politica è messo a disposizione in formato audio, l'etichetta può essere fornita in formato sonoro se soddisfa i requisiti seguenti:

   a) è udibile senza che sia necessaria alcuna ulteriore azione;

   b) è annunciata all'inizio o alla fine del messaggio di pubblicità politica.

6. L'etichetta può essere fornita come combinazione di formati visivi e audio utilizzando, se del caso, i modelli di cui all'allegato II, punti 1 e 2, purché sia rispettato il punto 2, lettera b).

*ALLEGATO II*

**Modelli per le etichette e gli avvisi di trasparenza dei messaggi di pubblicità politica**

1. **Modello per le etichette visive**[1]

**MESSAGGIO DI PUBBLICITÀ POLITICA**[2]

(che utilizza tecniche di **targeting** e/o **consegna del messaggio pubblicitario** basate su DATI PERSONALI)[3]

- Lo sponsor è [a) RAGIONE SOCIALE della persona giuridica, o b) NOME e COGNOME della persona fisica].[4]
- (Lo sponsor è controllato da [a) ragione sociale della persona giuridica, o b) nome e cognome della persona fisica]).[5]
- (Il messaggio di pubblicità politica è connesso a [titolo e data delle elezioni] o [nome dell'iniziativa legislativa o regolamentare]).[6]

Maggiori informazioni sono disponibili al seguente indirizzo: [**link alla pagina web**].[7]

*Note*

1. L'uso di un riquadro rettangolare nero per incorniciare le informazioni sull'etichetta è facoltativo. I punti possono essere sostituiti da altri simboli per gli elenchi puntati. Si incoraggia l'uso di testo in grassetto e/o lettere maiuscole, in particolare per quanto riguarda la dichiarazione indicante che il messaggio pubblicitario è un messaggio di pubblicità politica, le informazioni sull'utilizzo delle tecniche di targeting e/o di consegna del messaggio basate su dati personali, il nome dello sponsor e il riferimento al link alla pagina web.

2. È obbligatorio fornire la dichiarazione indicante che il messaggio pubblicitario è un messaggio di pubblicità politica. Può essere utilizzata una formulazione simile.

3. È obbligatorio fornire informazioni sull'eventuale utilizzo di tecniche di targeting e/o di consegna del messaggio pubblicitario basate su dati personali. Può essere utilizzata una formulazione simile.

4. È obbligatorio fornire informazioni sul nome dello sponsor. In alternativa, «lo sponsor è», può essere sostituito da una formulazione simile per indicare la persona su richiesta della quale o per conto della quale il messaggio di pubblicità politica è pubblicato, consegnato o diffuso. L'ordine del nome e del cognome della persona fisica è a discrezione. Le informazioni sul nome dello sponsor possono essere accompagnate dal logo politico dello stesso, come il logo del partito politico o il simbolo elettorale.

5. È obbligatorio fornire informazioni sul nome dell'entità controllante quando un'altra entità esercita un'influenza determinante sulla composizione, sulle votazioni o sulle decisioni degli organi dello sponsor.

6. È obbligatorio fornire informazioni sulla connessione del messaggio di pubblicità politica a un'elezione o a un'iniziativa legislativa o regolamentare se esiste un legame chiaro e sostanziale con un'elezione o un'iniziativa legislativa o regolamentare. Il titolo dell'elezione può essere indicato con riferimento alla categoria di autorità elette (per esempio «elezioni parlamentari») o a un tipo particolare di consultazione elettorale (per esempio «referendum costituzionale»). Il titolo dell'iniziativa legislativa o regolamentare può essere abbreviato.

7. Il link alla pagina web deve essere fornito se l'avviso di trasparenza non è incluso nell'etichetta. In alternativa, possono essere utilizzati codici QR o misure tecniche equivalenti di facile uso per reperire direttamente l'avviso di trasparenza. Se un'etichetta online riporta un link a una pagina web, il testo del link deve essere in grassetto o di colore diverso dal resto del testo dell'etichetta ed essere descritto come «avviso di trasparenza».

2. **Modello per le etichette sonore**

Questo è un messaggio di pubblicità politica[1] (che utilizza tecniche di targeting e/o consegna del messaggio pubblicitario basate su dati personali[2]). Lo sponsor è [a) ragione sociale della persona giuridica, o b) nome e cognome della persona fisica][3]. (Lo sponsor è controllato da [a) ragione sociale della persona giuridica, o b) nome e cognome della persona fisica][4]. (Il messaggio di pubblicità politica è connesso a [nome e data delle elezioni] o [nome dell'iniziativa])[5]. Maggiori informazioni sono disponibili al seguente indirizzo: [link alla pagina web][6].

*Note*

1. È obbligatorio fornire la dichiarazione indicante che il messaggio pubblicitario è un messaggio di pubblicità politica.

2. È obbligatorio fornire informazioni sull'eventuale utilizzo di tecniche di targeting e/o di consegna del messaggio pubblicitario basate su dati personali. Può essere utilizzata una formulazione simile.

3. È obbligatorio fornire informazioni sul nome dello sponsor. In alternativa, «lo sponsor è», può essere sostituito da una formulazione simile per indicare la persona su richiesta della quale o per conto della quale il messaggio di pubblicità politica è pubblicato, consegnato o diffuso. L'ordine del nome e del cognome della persona fisica è a discrezione.

4. È obbligatorio fornire informazioni sul nome dell'entità controllante quando un'altra entità esercita un'influenza determinante sulla composizione, sulle votazioni o sulle decisioni degli organi dello sponsor.

5. È obbligatorio fornire informazioni sulla connessione del messaggio di pubblicità politica a un'elezione o a un'iniziativa legislativa o regolamentare se esiste un legame chiaro e sostanziale con un'elezione o un'iniziativa legislativa o regolamentare. Il titolo dell'elezione può essere indicato con riferimento alla categoria di autorità elette (per esempio «elezioni parlamentari») o a un tipo particolare di consultazione elettorale (per esempio «referendum costituzionale»). Il titolo dell'iniziativa legislativa o regolamentare può essere abbreviato.

6. Il link alla pagina web è breve.

3. **Modello per gli avvisi di trasparenza**

**AVVISO DI TRASPARENZA**

1. **Sponsor:** [a) RAGIONE sociale e, se diversa, DENOMINAZIONE legale, indirizzo di posta elettronica, indirizzo postale e, se diverso, luogo di stabilimento e, ove applicabile, il numero di registrazione della persona giuridica o dell'organizzazione di campagne politiche senza personalità giuridica, o b) NOME e COGNOME, indirizzo di posta elettronica e indirizzo postale, se pubblici, della persona fisica.][1]

2. **Entità che in ultima istanza controlla lo sponsor:** [a) RAGIONE sociale e, se diversa, DENOMINAZIONE legale, indirizzo di posta elettronica, indirizzo postale e, se diverso, luogo di stabilimento della persona giuridica, o b) NOME e COGNOME, indirizzo di posta elettronica e indirizzo postale, se pubblici, della persona fisica.][2]

3. **Entità che paga per il messaggio di pubblicità politica:** [a) RAGIONE sociale e, se diversa, DENOMINAZIONE legale, indirizzo di posta elettronica, indirizzo postale e, se diverso, luogo di stabilimento della persona giuridica, o b) NOME e COGNOME, indirizzo di posta elettronica e indirizzo postale, se pubblici, della persona fisica.][3]

4. **Periodo durante il quale è prevista la pubblicazione, la consegna o la diffusione del messaggio di pubblicità politica:** [Dalla data di inizio alla data di fine.][4]

5. **Importi aggregati e valore aggregato di altre prestazioni percepiti dai prestatori di servizi di pubblicità politica per il messaggio di pubblicità politica:** [Importo totale e valuta.][5]

6. **Importi aggregati e valore aggregato di altre prestazioni percepiti dai prestatori di servizi di pubblicità politica per la campagna di pubblicità politica:** [Importo totale e valuta.][6]

7. **Informazioni circa l'origine degli importi e delle altre prestazioni percepite dai prestatori di servizi di pubblicità politica:** [Pubblica e/o privata e UE e/o paesi terzi.][7]

8. **Metodologia applicata per il calcolo degli importi aggregati e del valore aggregato di altre prestazioni ricevute dai prestatori di servizi di pubblicità politica per il messaggio di pubblicità politica e, se del caso, per la campagna di pubblicità politica:** [Come sono stati individuati e aggregati gli importi e le prestazioni in natura percepiti da ciascun prestatore di servizi interessato.][8]

9. **Il messaggio di pubblicità politica è connesso a:** [titolo, livello e data dell'elezione] o [titolo dell'iniziativa e livello del processo legislativo o regolamentare.][9]

10. [Link alla pagina web delle informazioni ufficiali sulle modalità di partecipazione all'elezione o al referendum connessi al messaggio di pubblicità politica.][10]

11. [Link al registro europeo dei messaggi di pubblicità politica online.][11]

12. **Come segnalare i messaggi di pubblicità politica potenzialmente non conformi:** [Informazioni sul meccanismo di segnalazione dei messaggi di pubblicità politica potenzialmente non conformi di cui all'articolo 15, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2024/900.] [12]

13. [Una precedente pubblicazione del messaggio di pubblicità politica o di una sua versione precedente è stata sospesa o interrotta a causa di una violazione del regolamento (UE) 2024/900.][13]

**UTILIZZO DELLE TECNICHE DI TARGETING e/o CONSEGNA DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

**basate sul trattamento dei dati personali**

14. **[Per il messaggio di pubblicità politica sono state utilizzate tecniche di targeting e/o consegna del messaggio pubblicitario basate sull'uso di dati personali.]**[14]

15. **Informazioni sulle tecniche di targeting e/o consegna del messaggio pubblicitario utilizzate**[15]:

    a) Tecniche analitiche utilizzate: [breve descrizione]

    b) Gruppi specifici di destinatari interessati dal messaggio di pubblicità politica, compresi i parametri applicati per determinare tali destinatari: [elenco]

    c) Categorie di dati personali usati per le tecniche di targeting o di consegna del messaggio pubblicitario: [elenco]

    d) Obiettivi, meccanismi e logica di targeting, compresi i parametri di inclusione ed esclusione, e i motivi della scelta di questi parametri: [breve descrizione]

    e) Informazioni sull'uso di sistemi di intelligenza artificiale nel targeting o nella consegna dei messaggi di pubblicità politica: [breve descrizione]

    f) Periodo di diffusione del messaggio di pubblicità politica: [data di inizio e data di fine]

g) Numero di visualizzazioni del messaggio di pubblicità politica: [numero totale]

h) Numero di interazioni con il messaggio di pubblicità politica in termini di clic, «mi piace» e commenti: [numero totale]

i) Strategia interna che descrive le modalità di utilizzo delle tecniche di targeting e di consegna del messaggio pubblicitario: [link o URL]

j) Altre informazioni utili: [breve descrizione]

16. **Mezzi effettivi di cui dispone l'interessato per l'esercizio dei propri diritti di protezione dei dati a norma del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio** ([1]) **(regolamento generale sulla protezione dei dati), incluso il diritto di modificare i propri dati personali o revocare il consenso al loro trattamento per scopi di pubblicità politica**[16]:

a) Identità e dati di contatto del titolare/dei titolari del trattamento: [a) RAGIONE sociale e, se diversa, DENOMINAZIONE legale, indirizzo di posta elettronica, indirizzo postale e, se diverso, luogo di stabilimento della persona giuridica, o b) NOME e COGNOME, indirizzo di posta elettronica e, se pubblico, indirizzo postale della persona fisica.]

b) Riferimento al diritto di revocare il consenso al trattamento dei dati personali per scopi di pubblicità politica: [link alla pagina web dell'interfaccia del titolare del trattamento che offre la possibilità di revocare il consenso alla pubblicità politica in modo semplice e con facilità.]

c) Link all'interfaccia che consente l'esercizio dei diritti a norma del regolamento (UE) 2016/679: [link alla pagina web]

d) Link alle informazioni fornite a norma del regolamento (UE) 2016/679: [link alla pagina web].

*Note*

1. Le informazioni sul luogo di stabilimento e l'indirizzo postale comprendono la via, il numero civico, la città, il codice postale e il paese. Il numero di registrazione si riferisce ai numeri di registrazione assegnati allo sponsor in un contesto elettorale o decisionale, come nel caso di un partito politico registrato per partecipare alle elezioni o di un'entità registrata come rappresentante di interessi o prestatore di attività di rappresentanza di interessi.

2. Le informazioni devono essere fornite solo nel caso in cui un'altra entità eserciti un'influenza determinante sulla composizione, sulle votazioni o sulle decisioni degli organi dello sponsor.

3. Le informazioni devono essere fornite solo nel caso in cui la persona fisica o giuridica che fornisce una retribuzione in cambio del messaggio di pubblicità politica sia diversa dallo sponsor o dall'entità che in ultima istanza controlla lo sponsor.

4. Le date di inizio e di fine devono essere espresse in giorni di calendario.

5. L'importo totale comprende gli importi fatturati, preventivati o addebitati dai prestatori di servizi di pubblicità politica, compreso l'editore, in cambio dei servizi di pubblicità politica forniti per il messaggio di pubblicità politica in questione. Se del caso, l'importo totale deve comprendere anche il valore monetario di tutte le altre prestazioni in natura percepite e/o da percepire da parte dei prestatori di servizi di pubblicità politica, compreso l'editore, in cambio dei servizi di pubblicità politica forniti per il messaggio di pubblicità politica in questione.

([1]) Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU L 119 del 4.5.2016, pag. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

6. Informazioni da fornire ove pertinente. L'importo totale deve comprendere tutti gli importi fatturati, preventivati o imputati dai prestatori di servizi di pubblicità politica, compreso l'editore, per la serie di messaggi di pubblicità politica collegati che include il messaggio di pubblicità politica in questione. Se del caso, l'importo totale deve comprendere anche il valore monetario di tutte le altre prestazioni in natura percepite e/o da percepire da parte dei prestatori di servizi di pubblicità politica, compreso l'editore, per la campagna di pubblicità politica che include il messaggio di pubblicità politica in questione.

7. Informazioni da fornire se del caso.

8. Informazioni volte a chiarire se l'importo totale di cui al punto 5 e, se del caso, al punto 6 rispecchia gli importi fatturati, preventivati e/o addebitati e se include l'imposta sul valore aggiunto. Per le prestazioni in natura, indicare il metodo o i metodi di valutazione utilizzati. In quest'ultimo caso è possibile fornire uno o più link alla pagina web con le norme in essere.

9. Informazioni da fornire solo se esiste un legame chiaro e sostanziale con un'elezione o un'iniziativa legislativa o regolamentare. Il titolo dell'elezione può essere indicato con riferimento alla categoria di autorità elette (per esempio «elezioni parlamentari») o a un tipo particolare di consultazione elettorale (per esempio «referendum costituzionale»). Il titolo dell'iniziativa legislativa o regolamentare può essere abbreviato. Il livello deve essere indicato, a seconda dei casi, con riferimento al livello dell'Unione, nazionale, regionale o locale, anche indicando lo Stato membro o gli Stati membri e/o i territori interessati.

10. Se l'avviso di trasparenza è fornito online, il link alla pagina web deve recare il testo seguente: «Informazioni ufficiali sulle modalità di partecipazione all'elezione connessa al messaggio di pubblicità politica».

11. Informazioni da fornire per gli avvisi di trasparenza che accompagnano messaggi di pubblicità politica online pubblicati, consegnati o diffusi a partire dalla data di istituzione del registro europeo dei messaggi di pubblicità politica online. Se l'avviso di trasparenza è fornito online, il link alla pagina web deve recare il testo seguente: «Link al registro europeo dei messaggi di pubblicità politica online».

12. Le informazioni sul meccanismo di segnalazione dei messaggi di pubblicità politica potenzialmente non conformi possono essere fornite anche sotto forma di link alla pagina web. Se l'avviso di trasparenza è fornito online, il link alla pagina web deve recare il testo seguente: «Segnalazione di messaggi di pubblicità politica potenzialmente non conformi».

13. Informazioni da fornire se del caso e ove pertinente.

14. Informazioni da fornire solo in caso di messaggi di pubblicità politica online che utilizzano tecniche di targeting e/o consegna del messaggio pubblicitario basate sul trattamento di dati personali.

15. Informazioni da fornire solo in caso di messaggi di pubblicità politica online che utilizzano tecniche di targeting e/o consegna del messaggio pubblicitario basate sul trattamento di dati personali. La portata del messaggio di pubblicità politica in termini di visualizzazioni, clic, «mi piace» e commenti deve essere fornita ove tecnicamente fattibile.

16. Informazioni da fornire solo in caso di messaggi di pubblicità politica online che utilizzano tecniche di targeting e/o consegna del messaggio pubblicitario basate sul trattamento di dati personali. Se del caso, i riferimenti al regolamento (UE) 2016/679 devono essere sostituiti da riferimenti al regolamento (UE) 2018/1725.

*ALLEGATO III*

**Specifiche tecniche per gli avvisi di trasparenza**

1. Se non è incluso nell'etichetta o fornito conformemente all'allegato I, punto 3.3, l'avviso di trasparenza deve essere messo a disposizione online.

2. Ove applicabile a norma dell'articolo 12, paragrafo 3, secondo comma, del regolamento (UE) 2024/900, gli avvisi di trasparenza devono essere messi a disposizione in un formato leggibile da un dispositivo automatico. Un avviso di trasparenza è considerato leggibile da un dispositivo automatico se è fornito in un formato che le applicazioni software possono trattare automaticamente, senza intervento umano, come JSON o XML.

3. Se del caso, l'avviso di trasparenza deve essere conforme ai requisiti di accessibilità applicabili di cui all'allegato I della direttiva (UE) 2019/882.

4. Ove tecnicamente fattibile, i caratteri utilizzati nell'avviso di trasparenza devono essere sans-serif e con dimensioni pari ad almeno 12 punti. L'interlinea deve essere almeno di 1,5 all'interno dei paragrafi e la distanza tra i paragrafi stessi deve essere almeno 1,5 volte superiore all'interlinea.

5. Ove tecnicamente fattibile, il rapporto di contrasto tra gli elementi dell'avviso di trasparenza e il suo fondo deve essere almeno di 4,5:1.

6. Ove tecnicamente fattibile, gli avvisi di trasparenza devono usare un layout flessibile per adattarsi automaticamente alle dimensioni dello schermo e alle interfacce utilizzate.

7. Ove tecnicamente fattibile, gli avvisi di trasparenza devono essere forniti in un formato che può essere ridimensionato senza tecnologia assistiva fino al 200 %, in modo che l'utente non debba far scorrere orizzontalmente il documento per leggere una riga di testo su una finestra a schermo intero.

8. Per evidenziare l'avviso di trasparenza e renderlo più facile da visualizzare è possibile usare effetti o animazioni.

9. I punti da 4 a 7 non si applicano alle micro, piccole o medie imprese che rientrano nei criteri di cui all'articolo 3, paragrafi 1, 2 e 3, della direttiva 2013/34/UE del Parlamento europeo e del Consiglio ([1]).

([1]) Direttiva 2013/34/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 giugno 2013, relativa ai bilanci d'esercizio, ai bilanci consolidati e alle relative relazioni di talune tipologie di imprese, recante modifica della direttiva 2006/43/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e abrogazione delle direttive 78/660/CEE e 83/349/CEE del Consiglio (GU L 182 del 29.6.2013, pag. 19, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj).