Publicatieblad
van de Europese Unie

NL
L-serie

2025/1410

16.7.2025

UITVOERINGSVERORDENING (EU) 2025/1410 VAN DE COMMISSIE

van 9 juli 2025

betreffende het formaat, het model en de technische specificaties van de labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen overeenkomstig de artikelen 11 en 12 van Verordening (EU) 2024/900 van het Europees Parlement en de Raad

(Voor de EER relevante tekst)

DE EUROPESE COMMISSIE,

Gezien het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie,

Gezien Verordening (EU) 2024/900 van het Europees Parlement en de Raad van 13 maart 2024 betreffende transparantie en gerichte politieke reclame ([1]), en met name artikel 11, lid 4, en artikel 12, lid 7,

Overwegende hetgeen volgt:

(1) In Verordening (EU) 2024/900 zijn geharmoniseerde regels vastgesteld voor politieke reclame en aanverwante diensten en voor het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens in het kader van politieke onlinereclame. Zoals vermeld in overweging 2 van Verordening (EU) 2024/900 kan politieke reclame worden verspreid of gepubliceerd via traditionele offlinemedia, zoals kranten, televisie en radio, maar in toenemende mate ook via onlineplatforms, websites, mobiele toepassingen, computerspellen en andere digitale interfaces.

(2) Krachtens artikel 11, lid 4, en artikel 12, lid 7, van Verordening (EU) 2024/900 moet de Commissie uitvoeringshandelingen vaststellen tot bepaling van respectievelijk het formaat en het model van de in artikel 11, lid 3, van die verordening bedoelde labels en het formaat en de technische specificaties voor de in artikel 11, lid 1, punt e), en artikel 12 van die verordening bedoelde transparantieverklaringen.

(3) Krachtens artikel 11, lid 1, van Verordening (EU) 2024/900 moeten uitgevers van politieke reclame ervoor zorgen dat elke politieke reclameboodschap op duidelijke, opvallende en ondubbelzinnige wijze samen met de volgende informatie beschikbaar wordt gesteld: a) een mededeling dat het om een politieke reclameboodschap gaat; b) de identiteit van de opdrachtgever en, indien van toepassing, de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever; c) indien van toepassing, de verkiezing, het referendum of het wet- of regelgevingsproces waarmee de politieke reclameboodschap verband houdt; d) indien van toepassing, een verklaring dat de politieke reclameboodschap gepaard is gegaan met targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap, en e) een transparantieverklaring die de in artikel 12, lid 1, van die verordening bedoelde informatie bevat, of een duidelijke aanduiding van de plaats waar deze gemakkelijk en direct te vinden is. Krachtens artikel 11, lid 2, van Verordening (EU) 2024/900 moeten uitgevers van politieke reclame er ook op toezien dat de in lid 1 bedoelde informatie volledig is en dat informatie over waar de transparantieverklaring te vinden is, correct is.

(4) Krachtens artikel 11, lid 3, van Verordening (EU) 2024/900 moet de in artikel 11, lid 1, van die verordening bedoelde informatie beschikbaar worden gesteld in de vorm van een in de politieke reclameboodschap opgenomen label dat is aangepast aan het medium dat voor de politieke reclameboodschap wordt gebruikt. Krachtens artikel 11, lid 3, tweede alinea, van Verordening (EU) 2024/900 moeten die labels opvallend zijn en personen in staat stellen een politieke reclameboodschap gemakkelijk als zodanig te herkennen en moeten ze aanwezig blijven wanneer een politieke reclameboodschap verder wordt verspreid.

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

(5) Krachtens artikel 11, lid 1, punt e), van Verordening (EU) 2024/900 moeten uitgevers van politieke reclame ervoor zorgen dat elke politieke reclameboodschap beschikbaar wordt gesteld samen met een transparantieverklaring die de in artikel 12, lid 1, van die verordening bedoelde informatie bevat, of samen met een duidelijke aanduiding van de plaats waar deze transparantieverklaring gemakkelijk en direct te vinden is. Krachtens artikel 12, lid 3, van Verordening (EU) 2024/900 moeten transparantieverklaringen in elke politieke reclameboodschap worden opgenomen of gedurende de periode van publicatie van de politieke reclameboodschap te allen tijde gemakkelijk te vinden zijn. Ze moeten gedurende de gehele periode van publicatie van de politieke reclameboodschap worden geactualiseerd, en worden gepresenteerd in een gemakkelijk toegankelijk formaat en, tenminste als de politieke reclameboodschap elektronisch beschikbaar wordt gesteld, in een machineleesbaar formaat en ze moeten worden opgesteld in de taal van de politieke reclameboodschap.

(6) Zoals wordt beklemtoond in overweging 87 van Verordening (EU) 2024/900 moet de te verstrekken informatie over het gebruik van targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap worden gepresenteerd in een formaat dat gemakkelijk toegankelijk, duidelijk zichtbaar en gebruiksvriendelijk is, onder meer door het gebruik van eenvoudige taal, en dat toegankelijk is voor personen met een handicap.

(7) Bovendien moeten uitgevers van politieke reclame op grond van artikel 12, lid 4, van Verordening (EU) 2024/900 hun transparantieverklaringen, samen met eventuele wijzigingen daarvan, bewaren gedurende een periode van zeven jaar na de laatste publicatie van de betrokken politieke reclameboodschap.

(8) Voorts is in artikel 11, lid 5, van Verordening (EU) 2024/900 bepaald dat de lidstaten, met inbegrip van de bevoegde autoriteiten, en de Commissie de opstelling aanmoedigen van vrijwillige gedragscodes die moeten bijdragen tot de correcte labeling van politieke reclameboodschappen.

(9) Het formaat en het model van de labels en transparantieverklaringen moeten worden vastgesteld en er moet voor worden gezorgd dat deze zijn aangepast aan het medium dat voor de politieke reclameboodschappen wordt gebruikt. Er moeten algemene voorschriften worden vastgesteld voor labels en transparantieverklaringen voor offline en online politieke reclameboodschappen teneinde het brede scala aan fysieke en digitale publicatievormen te bestrijken, waaronder, in voorkomend geval, merchandising. Er moeten aanvullende voorschriften worden vastgesteld om rekening te houden met de specifieke kenmerken van lineaire audiovisuele mediadiensten en audiovisuele mediadiensten op aanvraag, lineaire en niet-lineaire radiodiensten, het specifieke formaat van gedrukte media, zoals kranten, tijdschriften, brochures, boekjes, flyers, posters of folders, alsook met de specifieke kenmerken van digitale media, waaronder onlineplatforms, websites, mobiele toepassingen en computerspellen.

(10) Gebruikersinterface-elementen die de navigatie en de weergave van informatie op onlinemedia vergemakkelijken, zoals thumbnails, pictogrammen, geneste weergaven, pop-ups of overlays in apps, kunnen optimaal worden benut om labels weer te geven en ervoor te zorgen dat burgers online politieke reclameboodschappen gemakkelijk kunnen herkennen zonder ermee te hoeven interageren.

(11) Het is belangrijk technische specificaties vast te stellen voor online beschikbaar gestelde transparantieverklaringen. Deze technische specificaties mogen geen afbreuk doen aan de technische vereisten voor de doorgifte van informatie aan het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen, die nodig is om uitgevers van politieke reclame in staat te stellen te voldoen aan hun verplichtingen uit hoofde van artikel 13, leden 2 en 4, van Verordening (EU) 2024/900.

(12) Om de toegankelijkheid voor personen met een handicap te waarborgen, moet bij de publicatie van transparantieverklaringen rekening worden gehouden met de relevante toegankelijkheidsvoorschriften van bijlage I bij Richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad ([2]), zoals de voorschriften in afdeling III daarvan.

(13) In deze verordening wordt rekening gehouden met de specifieke behoeften van micro-, kleine en middelgrote ondernemingen, overeenkomstig het evenredigheidsbeginsel.

([2]) Richtlijn (EU) 2019/882 van het Europees Parlement en de Raad van 17 april 2019 betreffende de toegankelijkheidsvoorschriften voor producten en diensten (PB L 151 van 7.6.2019, blz. 70, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj).

(14) De Europese Toezichthouder voor gegevensbescherming is overeenkomstig artikel 42, lid 1, van Verordening (EU) 2018/1725 van het Europees Parlement en de Raad ([3]) geraadpleegd en heeft op 17 juni 2025 een advies uitgebracht.

(15) De maatregelen van deze verordening zijn in overeenstemming met het advies van het in artikel 29, lid 1, van Verordening (EU) 2024/900 bedoelde comité,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

Artikel 1

1. De in artikel 11 van Verordening (EU) 2024/900 bedoelde labels voldoen aan de bijlagen I en II bij deze verordening.

2. De in artikel 12 van Verordening (EU) 2024/900 bedoelde transparantieverklaringen voldoen aan de bijlagen I, II en III bij deze verordening.

Artikel 2

Deze verordening treedt in werking op de twintigste dag na die van de bekendmaking ervan in het *Publicatieblad van de Europese Unie*.

Zij is van toepassing met ingang van 10 oktober 2025.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke lidstaat.

Gedaan te Brussel, 9 juli 2025.

Voor de Commissie
De voorzitter
Ursula VON DER LEYEN

([3]) Verordening (EU) 2018/1725 van het Europees Parlement en de Raad van 23 oktober 2018 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens door de instellingen, organen en instanties van de Unie en betreffende het vrije verkeer van die gegevens, en tot intrekking van Verordening (EG) nr. 45/2001 en Besluit nr. 1247/2002/EG (PB L 295 van 21.11.2018, blz. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

BIJLAGE I

Formaat van labels en transparantieverklaringen

1. **Algemene voorschriften**

1. Deze afdeling bevat gemeenschappelijke voorschriften voor labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen die van toepassing zijn op alle vormen en middelen van publicatie, verspreiding en aanlevering van politieke reclameboodschappen.

2. Het label moet op duidelijke, opvallende en ondubbelzinnige wijze worden opgenomen in, aangebracht op of gekoppeld aan de politieke reclameboodschap, om de lezer, kijker of luisteraar op adequate wijze in kennis te stellen van de in bijlage II bij deze verordening bedoelde informatie.

3. Een label is niet duidelijk, opvallend en ondubbelzinnig als het voor de gemiddelde persoon moeilijk te lezen, te zien of te horen is, of als het gemakkelijk over het hoofd kan worden gezien, bijvoorbeeld omdat het niet duidelijk contrasteert met de politieke reclameboodschap of vanwege de configuratie van het medium van publicatie of verspreiding.

4. Visuele labels en transparantieverklaringen zijn leesbaar, in lettertypes van passende grootte en vorm, aangepast aan het medium voor publicatie en met voldoende contrastwerking en voldoende afstand tussen letters, regels en alinea's.

5. Audiolabels worden duidelijk en verstaanbaar uitgesproken, op een formele toon. Bij audiolabels zijn er geen achtergrondgeluiden te horen.

6. Wanneer weblinks, QR-codes of gelijkwaardige gebruiksvriendelijke technische middelen worden gebruikt om te verwijzen naar de plaats waar de transparantieverklaring kan worden teruggevonden, leiden deze rechtstreeks naar de transparantieverklaring.

7. QR-codes contrasteren sterk met de achtergrondkleur van de labels en zijn groot genoeg en gemakkelijk leesbaar met algemeen beschikbare QR-lezers, zoals de in draagbare communicatieapparatuur geïntegreerde lezers.

2. **Specifieke voorschriften voor televisie en radio**

1. Deze afdeling is van toepassing op labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen die beschikbaar worden gesteld via audiovisuele mediadiensten in de zin van artikel 1, lid 1, punt a), i), van Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad [1], alsook via lineaire en niet-lineaire radiodiensten.

2. Visuele labels worden tijdens de gehele duur van de politieke reclameboodschap getoond. Als alternatief kunnen visuele labels aan het begin of het einde van de politieke reclameboodschap op een volledig scherm worden weergegeven indien:

   a) ze gedurende ten minste 3 seconden zichtbaar zijn, en

   b) de verklaring dat de reclameboodschap een politieke reclameboodschap is, de naam van de opdrachtgever en de weblink naar de transparantieverklaring op een duidelijke, opvallende en ondubbelzinnige wijze tijdens de gehele duur van de politieke reclameboodschap zichtbaar zijn.

3. Het label kan worden verstrekt als een combinatie van visuele en audioformaten, waarbij, naargelang het geval, gebruik wordt gemaakt van de modellen in de punten 1 en 2 van bijlage II, mits aan punt 2, b), wordt voldaan.

[1] Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake het aanbieden van audiovisuele mediadiensten (richtlijn audiovisuele mediadiensten) (PB L 95 van 15.4.2010, blz. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj).

4. Audiolabels worden weergegeven aan het begin of het einde van de politieke reclameboodschap.

3. **Specifieke voorschriften voor gedrukte media**

1. Deze afdeling is van toepassing op labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen die via gedrukte media beschikbaar worden gesteld.

2. Het label wordt in de regel in één enkel gedrukt tekstveld weergegeven.

3. Wanneer de transparantieverklaring wordt opgenomen in hetzelfde gedrukte materiaal als de politieke reclameboodschap, wordt ze in de regel in één enkel gedrukt tekstveld weergegeven.

4. Het label en de transparantieverklaring worden in hoog contrast met de achtergrond weergegeven.

4. **Specifieke voorschriften voor digitale media**

1. Deze afdeling is van toepassing op labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen die digitaal beschikbaar worden gesteld, met uitzondering van audiovisuele mediadiensten in de zin van artikel 1, lid 1, punt a), i), van Richtlijn 2010/13/EU en van lineaire en niet-lineaire radiodiensten.

2. Wanneer politieke reclameboodschappen in videoformaat beschikbaar worden gesteld, worden de visuele labels getoond tijdens de gehele duur van de politieke reclameboodschap. Als alternatief kunnen visuele labels aan het begin of het einde van de politieke reclameboodschap op een volledig scherm worden weergegeven indien:

   a) ze gedurende ten minste 3 seconden zichtbaar zijn, en

   b) de verklaring dat de reclameboodschap een politieke reclameboodschap is, de naam van de opdrachtgever en de weblink naar de transparantieverklaring op een duidelijke, opvallende en ondubbelzinnige wijze tijdens de gehele duur van de politieke reclameboodschap zichtbaar zijn.

3. Gebruikersinterface-elementen die online navigatie en weergave van informatie vergemakkelijken, kunnen worden gebruikt om het label weer te geven, mits wordt voldaan aan punt 2, b), en zonder dat er extra handelingen nodig zijn.

4. Visuele labels die overeenkomstig punt 3 worden getoond of gepresenteerd, worden weergegeven in donkere tekst tegen een lichte achtergrond.

5. Wanneer politieke reclameboodschappen in audioformaat beschikbaar worden gesteld, kan het label in audioformaat worden verstrekt als het voldoet aan de volgende voorschriften:

   a) het is hoorbaar zonder dat er extra handelingen nodig zijn;

   b) het wordt weergegeven aan het begin of het einde van de politieke reclameboodschap.

6. Het label kan worden verstrekt als een combinatie van visuele en audioformaten, waarbij, naargelang het geval, gebruik wordt gemaakt van de modellen in de punten 1 en 2 van bijlage II, mits aan punt 2, b), wordt voldaan.

BIJLAGE II

Modellen voor labels en transparantieverklaringen voor politieke reclameboodschappen

1. **Model voor visuele labels**[1]

POLITIEKE RECLAMEBOODSCHAP[2]

(gebruik van **targeting** en/of **reclameaanlevering** op basis van PERSOONSGEGEVENS)[3]

- • De opdrachtgever is [a) BEDRIJFSNAAM van de juridische entiteit, of b) VOORNAAM EN ACHTERNAAM van de natuurlijke persoon][4]
- • (De opdrachtgever staat onder zeggenschap van [a) bedrijfsnaam van de juridische entiteit, of b) voornaam en achternaam van de natuurlijke persoon])[5]
- • (De reclameboodschap houdt verband met [titel en datum van de verkiezing(en)] of [naam van het wetgevings- of regelgevingsinitiatief])[6]

Meer informatie via [**weblink**][7]

Opmerkingen

1. Het gebruik van een rechthoekige zwarte kader rond de informatie op het label is facultatief. De bullets mogen worden vervangen door andere lijstmarkeringen. Het gebruik van vetgedrukte tekst en/of hoofdletters wordt aangemoedigd, met name wat betreft de verklaring dat de reclameboodschap een politieke reclameboodschap is, de informatie over het gebruik van targeting en/of reclameaanlevering op basis van persoonsgegevens, de naam van de opdrachtgever en de verwijzing naar de weblink.

2. De verklaring dat de reclameboodschap een politieke reclameboodschap is, is verplicht. Er kan een soortgelijke formulering worden gebruikt.

3. Het verstrekken van informatie over het gebruik van targeting en/of reclameaanlevering op basis van persoonsgegevens is, in voorkomend geval, verplicht. Er kan een soortgelijke formulering worden gebruikt.

4. Het verstrekken van informatie over de naam van de opdrachtgever is verplicht. In plaats van "De opdrachtgever is", kan een soortgelijke formulering worden gebruikt om aan te geven op wiens verzoek of namens wie de politieke reclameboodschap wordt gepubliceerd, aangeleverd of verspreid. De volgorde van de voor- en achternaam van de natuurlijke persoon is facultatief. De informatie over de naam van de opdrachtgever kan vergezeld gaan van het politieke logo van de opdrachtgever, zoals een logo van een politieke partij of een verkiezingssymbool.

5. Het verstrekken van informatie over de naam van de zeggenschap uitoefenende entiteit is verplicht wanneer een andere entiteit beslissende invloed uitoefent op de samenstelling, het stemmen of de besluiten van de organen van de opdrachtgever.

6. Het verstrekken van informatie over het verband tussen de politieke reclameboodschap en een verkiezing of een wetgevings- of regelgevingsinitiatief is verplicht wanneer er een duidelijk en wezenlijk verband bestaat met een verkiezing of een wetgevings- of regelgevingsinitiatief. De titel van de verkiezing kan worden aangegeven door verwijzing naar de te kiezen instanties (bv. "parlementsverkiezingen") of naar een specifieke categorie (bv. "grondwettelijk referendum"). De titel van het wetgevings- of regelgevingsinitiatief mag worden afgekort.

7. De weblink wordt verstrekt wanneer de transparantieverklaring niet in het label is opgenomen. Als alternatief kunnen QR-codes of gelijkwaardige gebruiksvriendelijke technische middelen worden gebruikt om de transparantieverklaring rechtstreeks op te vragen. Wanneer een online-label een weblink bevat, wordt de linktekst vetgedrukt of in een andere kleur weergegeven dan de rest van de tekst van het label en aangeduid als "Transparantieverklaring".

2. **Model voor audiolabels**

Dit is een politieke reclameboodschap[1] (waarbij gebruik wordt gemaakt van targetingtechnieken en/of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap op basis van persoonsgegevens[2]). De opdrachtgever is [a) bedrijfsnaam van de juridische entiteit, of b) voornaam en achternaam van de natuurlijke persoon][3]. (De opdrachtgever staat onder zeggenschap van [a) bedrijfsnaam van de juridische entiteit, of b) voornaam en achternaam van de natuurlijke persoon])[4]. (De reclameboodschap houdt verband met [naam en datum van de verkiezing] of [naam van het initiatief])[5]. Meer informatie via [weblink][6].

Opmerkingen

1. De verklaring dat de reclameboodschap een politieke reclameboodschap is, is verplicht.

2. Het verstrekken van informatie over het gebruik van targeting en/of reclameaanlevering op basis van persoonsgegevens is, in voorkomend geval, verplicht. Er kan een soortgelijke formulering worden gebruikt.

3. Het verstrekken van informatie over de naam van de opdrachtgever is verplicht. In plaats van "De opdrachtgever is", kan een soortgelijke formulering worden gebruikt om aan te geven op wiens verzoek of namens wie de politieke reclameboodschap wordt gepubliceerd, aangeleverd of verspreid. De volgorde van de voor- en achternaam van de natuurlijke persoon is facultatief.

4. Het verstrekken van informatie over de naam van de zeggenschap uitoefenende entiteit is verplicht wanneer een andere entiteit beslissende invloed uitoefent op de samenstelling, het stemmen of de besluiten van de organen van de opdrachtgever.

5. Het verstrekken van informatie over het verband tussen de politieke reclameboodschap en een verkiezing of een wetgevings- of regelgevingsinitiatief is verplicht wanneer er een duidelijk en wezenlijk verband bestaat met een verkiezing of een wetgevings- of regelgevingsinitiatief. De titel van de verkiezing kan worden aangegeven door verwijzing naar de te kiezen instanties (bv. "parlementsverkiezingen") of naar een specifieke categorie (bv. "grondwettelijk referendum"). De titel van het wetgevings- of regelgevingsinitiatief mag worden afgekort.

6. De weblink moet kort zijn.

3. **Model voor transparantieverklaringen**

TRANSPARANTIEVERKLARING

1. **De opdrachtgever:** [a) BedrijfsNAAM en, indien verschillend, officiële NAAM, e-mailadres, postadres en, indien verschillend, plaats van vestiging en, indien van toepassing, het relevante registratienummer van de juridische entiteit of politieke campagneorganisatie zonder rechtspersoonlijkheid, of b) VOORNAAM en ACHTERNAAM, e-mailadres en, indien openbaar gemaakt, postadres van de natuurlijke persoon.][1]

2. **De entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever:** [a) BedrijfsNAAM en, indien verschillend, officiële NAAM, e-mailadres, postadres en, indien verschillend, plaats van vestiging van de juridische entiteit, of b) VOORNAAM en ACHTERNAAM, e-mailadres en, indien openbaar gemaakt, postadres van de natuurlijke persoon.][2]

3. **De entiteit die de politieke reclameboodschap betaalt:** [a) BedrijfsNAAM en, indien verschillend, officiële NAAM, e-mailadres, postadres en, indien verschillend, plaats van vestiging van de juridische entiteit, of b) VOORNAAM en ACHTERNAAM, e-mailadres en, indien openbaar gemaakt, postadres van de natuurlijke persoon.][3]

4. **De periode waarin de politieke reclameboodschap zal worden gepubliceerd, aangeleverd of verspreid:** [van begindatum tot einddatum.][4]

5. **De totale bedragen en de totale waarde van andere voordelen die de aanbieders van politieke reclamediensten hebben ontvangen voor de politieke reclameboodschap:** [totaalbedrag en valuta.][5]

6. **De totale bedragen en de totale waarde van andere voordelen die de aanbieders van politieke reclamediensten hebben ontvangen voor de politieke reclamecampagne:** [totaalbedrag en valuta.][6]

7. **Informatie over de oorsprong van de bedragen en andere voordelen die de aanbieders van politieke reclamediensten hebben ontvangen:** [publiek en/of particulier, en EU en/of niet-EU.][7]

8. **De methode die is gebruikt voor de berekening van de totale bedragen en de totale waarde van andere voordelen die de aanbieders van politieke reclamediensten hebben ontvangen voor de politieke reclameboodschap en, in voorkomend geval, de politieke reclamecampagne:** [hoe de bedragen en de voordelen in natura die elke relevante dienstverlener heeft ontvangen, zijn vastgesteld en samengevoegd.][8]

9. **De politieke reclameboodschap houdt verband met:** [titel, niveau en datum van de verkiezing] of [titel van het initiatief en het niveau van het wetgevings- of regelgevingsproces.][9]

10. [Weblink(s) naar officiële informatie over de voorwaarden voor deelname aan de verkiezing of het referendum waarmee de politieke reclameboodschap verband houdt.][10]

11. [Links naar het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen.][11]

12. **Melding van mogelijk non-conforme politieke reclameboodschappen:** [informatie over het in artikel 15, lid 1, van Verordening (EU) 2024/900 vastgestelde mechanisme voor melding van mogelijk non-conforme politieke reclameboodschappen.][12]

13. [Een eerdere publicatie van de politieke reclameboodschap of van een eerdere versie daarvan is opgeschort of stopgezet wegens een inbreuk op Verordening (EU) 2024/900.][13]

GEBRUIK VAN TARGETINGTECHNIEKEN en/of TECHNIEKEN VOOR DE AANLEVERING VAN EEN RECLAMEBOODSCHAP

op basis van de verwerking van persoonsgegevens

14. **[Voor de politieke reclameboodschap zijn targetingtechnieken en/of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap toegepast op basis van het gebruik van persoonsgegevens.]**[14]

15. **Informatie over de gebruikte targetingtechnieken en/of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap**[15]:

    a) Gebruikte analysetechnieken: [korte beschrijving]

    b) De specifieke doelgroep(en) van ontvangers, met inbegrip van de parameters die worden gebruikt om de ontvangers te bepalen onder wie de politieke reclameboodschap wordt verspreid: [lijst]

    c) De categorieën persoonsgegevens die worden gebruikt voor targetingtechnieken of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap: [lijst]

    d) De doeleinden, mechanismen en logica van de targeting, met inbegrip van de parameters op grond waarvan personen al dan niet in de doelgroep worden opgenomen, en de redenen voor de keuze van die parameters: [korte beschrijving]

    e) Informatie over het gebruik van artificiële-intelligentiesystemen bij de targeting of aanlevering van de politieke reclame: [korte beschrijving]

    f) Periode van verspreiding van de politieke reclameboodschap: [begindatum en einddatum]

g) Aantal views van de politieke reclameboodschap: [totaal aantal]

h) Aantal interacties met de politieke reclameboodschap in termen van clicks, likes en comments: [totaal aantal]

i) Intern beleid waarin wordt beschreven hoe targetingtechnieken en technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap worden gebruikt: [link of URL]

j) Andere nuttige informatie: [korte beschrijving]

16. **Doeltreffende middelen om individuele personen te ondersteunen bij de uitoefening van hun rechten inzake gegevensbescherming uit hoofde van Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad** [1] **(algemene verordening gegevensbescherming), waaronder het recht om hun persoonsgegevens te wijzigen en de toestemming voor de verwerking van hun persoonsgegevens voor politieke reclamedoeleinden in te trekken**[16]:

a) De identiteit en de contactgegevens van de verwerkingsverantwoordelijke(n): [a) bedrijfsNAAM en, indien verschillend, officiële NAAM, e-mailadres, postadres en, indien verschillend, plaats van vestiging van de juridische entiteit, of b) VOORNAAM en ACHTERNAAM, e-mailadres en, indien openbaar gemaakt, postadres van de natuurlijke persoon.]

b) Verwijzing naar het recht om de toestemming voor de verwerking van persoonsgegevens voor politieke reclamedoeleinden in te trekken: [weblink naar een interface van de verwerkingsverantwoordelijke die een gemakkelijke en gebruiksvriendelijke mogelijkheid biedt om de toestemming voor politieke reclame in te trekken].

c) Link naar een interface die de uitoefening van rechten uit hoofde van Verordening (EU) 2016/679 mogelijk maakt: [weblink].

d) Link naar informatie die wordt verstrekt op grond van Verordening (EU) 2016/679: [weblink].

Opmerkingen

1. De informatie over de plaats van vestiging en het postadres omvat de straatnaam, het huisnummer, de stad, de postcode en het land. Het desbetreffende registratienummer verwijst naar de registratienummers die aan de opdrachtgever zijn toegekend in een verkiezings- of besluitvormingscontext, zoals in het geval van een politieke partij die is geregistreerd voor deelname aan verkiezingen of een entiteit die is geregistreerd als belangenvertegenwoordiger of aanbieder van belangenvertegenwoordigingsactiviteiten.

2. Deze informatie wordt alleen verstrekt wanneer een andere entiteit beslissende invloed uitoefent op de samenstelling, het stemmen of de besluiten van de organen van de opdrachtgever.

3. Deze informatie wordt alleen verstrekt wanneer de natuurlijke of rechtspersoon die in ruil voor de politieke reclameboodschap een vergoeding verstrekt niet de opdrachtgever of de entiteit is die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever.

4. De begindatum en einddatum worden uitgedrukt in kalenderdagen.

5. Het totaalbedrag omvat de bedragen die door de aanbieders van politieke reclamediensten, met inbegrip van de uitgever, zijn gefactureerd, begroot of in rekening gebracht in ruil voor de politieke reclamediensten die ze voor de betrokken politieke reclameboodschap hebben verricht. In voorkomend geval omvat het ook de geldelijke waarde van alle voordelen in natura die de aanbieders van politieke reclamediensten, met inbegrip van de uitgever, hebben ontvangen en/of moeten ontvangen in ruil voor de politieke reclamediensten die ze voor de betrokken politieke reclameboodschap hebben verricht.

[1] Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (algemene verordening gegevensbescherming) (PB L 119 van 4.5.2016, blz. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

6. Indien van toepassing wordt deze informatie verstrekt. Het totaalbedrag omvat alle bedragen die door de aanbieders van politieke reclamediensten, met inbegrip van de uitgever, zijn gefactureerd, begroot of in rekening gebracht voor de reeks gerelateerde politieke reclameboodschappen, waaronder de betrokken politieke reclameboodschap. In voorkomend geval omvat het ook de geldelijke waarde van alle voordelen in natura die de aanbieders van politieke reclamediensten, met inbegrip van de uitgever, hebben ontvangen en/of moeten ontvangen voor de politieke reclamecampagne, waaronder de betrokken politieke reclameboodschap.

7. Indien van toepassing wordt deze informatie verstrekt.

8. Informatie waaruit blijkt of het totaalbedrag in punt 5 en, indien van toepassing, punt 6 betrekking heeft op gefactureerde, begrote en/of in rekening gebrachte bedragen en of het de belasting over de toegevoegde waarde omvat. In het geval van voordelen in natura wordt/worden de gebruikte waarderingsmethode(n) vermeld. In het laatste geval kan/kunnen (een) weblink(s) naar bestaande normen worden verstrekt.

9. Deze informatie wordt alleen verstrekt wanneer er een duidelijk en wezenlijk verband bestaat met een verkiezing of een wetgevings- of regelgevingsinitiatief. De titel van de verkiezing kan worden aangegeven door verwijzing naar de te kiezen instanties (bv. “parlementsverkiezingen”) of naar een specifieke categorie (bv. “grondwettelijk referendum”). De titel van het wetgevings- of regelgevingsinitiatief mag worden afgekort. Het niveau wordt, in voorkomend geval, aangegeven door verwijzing naar het EU-, nationale, regionale of lokale niveau, met vermelding van de betrokken lidstaat of lidstaten en/of het betrokken grondgebied.

10. Wanneer de transparantieverklaring online wordt verstrekt, geeft/geven de weblink(s) de volgende tekst weer: “Officiële informatie over de voorwaarden voor deelname aan de verkiezing waarmee de politieke reclameboodschap verband houdt”.

11. Deze informatie wordt verstrekt voor transparantieverklaringen die horen bij politieke reclameboodschappen die online worden gepubliceerd, aangeleverd of verspreid, en dit vanaf de datum van instelling van het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen. Wanneer de transparantieverklaring online wordt verstrekt, geeft de weblink de volgende tekst weer: “Link naar het Europees register voor politieke onlinereclameboodschappen”.

12. De informatie over het mechanisme voor melding van mogelijk non-conforme politieke reclameboodschappen kan ook als weblink worden verstrekt. Wanneer de transparantieverklaring online wordt verstrekt, geeft de weblink de volgende tekst weer: “Melding van mogelijk non-conforme politieke reclameboodschappen”.

13. Indien relevant en van toepassing wordt deze informatie verstrekt.

14. Deze informatie wordt alleen verstrekt in het geval van politieke onlinereclameboodschappen waarbij gebruik wordt gemaakt van targetingtechnieken en/of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap op basis van de verwerking van persoonsgegevens.

15. Deze informatie wordt alleen verstrekt in het geval van politieke onlinereclameboodschappen waarbij gebruik wordt gemaakt van targetingtechnieken en/of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap op basis van de verwerking van persoonsgegevens. Indien technisch haalbaar, wordt het bereik van de politieke reclameboodschap in termen van views, clicks, likes en comments vermeld.

16. Deze informatie wordt alleen verstrekt in het geval van politieke onlinereclameboodschappen waarbij gebruik wordt gemaakt van targetingtechnieken en/of technieken voor de aanlevering van een reclameboodschap op basis van de verwerking van persoonsgegevens. In voorkomend geval worden de verwijzingen naar Verordening (EU) 2016/679 vervangen door verwijzingen naar Verordening (EU) 2018/1725.

BIJLAGE III

Technische specificaties voor transparantieverklaringen

1. Wanneer de transparantieverklaring niet in het label is opgenomen of niet wordt verstrekt overeenkomstig punt 3.3 van bijlage I, wordt ze online beschikbaar gesteld.

2. In voorkomend geval worden transparantieverklaringen conform artikel 12, lid 3, tweede alinea, van Verordening (EU) 2024/900 beschikbaar gesteld in een machineleesbaar formaat. Een transparantieverklaring is machineleesbaar als ze wordt verstrekt in een formaat dat automatisch, zonder menselijk ingrijpen, kan worden verwerkt door softwaretoepassingen, zoals JSON of XML.

3. In voorkomend geval voldoet de transparantieverklaring aan de relevante toegankelijkheidsvoorschriften van bijlage I bij Richtlijn (EU) 2019/882.

4. Indien technisch haalbaar, wordt voor de transparantieverklaring een sans-serif lettertype van ten minste 12 punten gebruikt. De regelafstand binnen alinea's is ten minste anderhalf en de afstand tussen alinea's is ten minste 1,5 keer de regelafstand.

5. Indien technisch haalbaar, is de contrastverhouding tussen de elementen van de transparantieverklaring en de achtergrond ervan ten minste 4,5:1.

6. Indien technisch haalbaar, wordt voor transparantieverklaringen gebruikgemaakt van een flexibele lay-out, zodat ze automatisch kunnen worden aangepast aan de gebruikte schermgrootte en interfaces.

7. Indien technisch haalbaar, wordt de transparantieverklaring verstrekt in een formaat dat zonder hulptechnologie tot 200 % kan worden vergroot, zodat de gebruiker niet horizontaal hoeft te scrollen om een regel tekst op een volledig scherm te kunnen lezen.

8. Effects of animaties kunnen worden gebruikt om de transparantieverklaring onder de aandacht te brengen en gebruiksvriendelijker te maken.

9. De punten 4 tot en met 7 zijn niet van toepassing op micro-, kleine en middelgrote ondernemingen in de zin van artikel 3, leden 1, 2 en 3, van Richtlijn 2013/34/EU van het Europees Parlement en de Raad ([1]).

([1]) Richtlijn 2013/34/EU van het Europees Parlement en de Raad van 26 juni 2013 betreffende de jaarlijkse financiële overzichten, geconsolideerde financiële overzichten en aanverwante verslagen van bepaalde ondernemingsvormen, tot wijziging van Richtlijn 2006/43/EG van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijnen 78/660/EEG en 83/349/EEG van de Raad (PB L 182 van 29.6.2013, blz. 19, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj).