REGULAMENTUL DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) 2025/1410 AL COMISIEI

din 9 iulie 2025

privind formatul, modelul și specificațiile tehnice ale etichetelor și ale notificărilor privind transparența materialelor publicitare politice în conformitate cu articolele 11 și 12 din Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului

(Text cu relevanță pentru SEE)

COMISIA EUROPEANĂ,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene,

având în vedere Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică ([1]), în special articolul 11 alineatul (4) și articolul 12 alineatul (7),

întrucât:

(1) Regulamentul (UE) 2024/900 stabilește norme armonizate pentru publicitatea politică și serviciile conexe, precum și privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare care implică prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul publicității politice online. Astfel cum se menționează în considerentul (2) din Regulamentul (UE) 2024/900, publicitatea politică poate fi difuzată sau publicată prin intermediul mass-mediei tradiționale offline, cum ar fi ziarele, televiziunea și radioul, dar și, din ce în ce mai mult, prin intermediul platformelor online, al site-urilor web, al aplicațiilor mobile, al jocurilor pe calculator și al altor interfețe digitale.

(2) În conformitate cu articolul 11 alineatul (4) și cu articolul 12 alineatul (7) din Regulamentul (UE) 2024/900, Comisia trebuie să adopte acte de punere în aplicare care să stabilească formatul și modelul etichetelor menționate la articolul 11 alineatul (3) din regulamentul menționat și, respectiv, formatul și specificațiile tehnice pentru notificările privind transparența menționate la articolul 11 alineatul (1) litera (e) și la articolul 12 din același regulament.

(3) În conformitate cu articolul 11 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2024/900, editorii de publicitate politică se asigură că fiecare material publicitar politic este pus la dispoziție împreună cu următoarele informații, în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate: (a) o declarație că este vorba de un material publicitar politic; (b) identitatea sponsorului și, dacă este cazul, a entității care controlează în ultimă instanță sponsorul; (c) dacă este cazul, alegerile, referendumul sau procesul legislativ sau de reglementare de care este legat materialul publicitar politic; (d) după caz, o declarație că materialul publicitar politic a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialelor publicitare și (e) o notificare privind transparența care conține informațiile menționate la articolul 12 alineatul (1) din regulamentul respectiv sau o indicație clară a locului în care acestea pot fi obținute cu ușurință și în mod direct. În temeiul articolului 11 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2024/900, editorii de publicitate politică au, de asemenea, obligația de a se asigura că informațiilor menționate la alineatul (1) de la articolul respectiv sunt complete și că informațiile referitoare la locul unde poate fi găsită notificarea privind transparența sunt exacte.

(4) În temeiul articolului 11 alineatul (3) din Regulamentul (UE) 2024/900, informațiile menționate la articolul 11 alineatul (1) din regulamentul respectiv se pun la dispoziție sub forma unei etichete incluse în materialul publicitar politic și adaptate suportului utilizat de materialul publicitar politic. În conformitate cu articolul 11 alineatul (3) al doilea paragraf din Regulamentul (UE) 2024/900, etichetele respective trebuie să iasă în evidență, să le permită persoanelor să identifice cu ușurință un material publicitar politic ca atare și să rămână în vigoare în cazul în care materialul publicitar politic este difuzat mai departe.

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

(5) Articolul 11 alineatul (1) litera (e) din Regulamentul (UE) 2024/900 impune editorilor de publicitate politică să se asigure că fiecare material publicitar politic este pus la dispoziție împreună cu o notificare privind transparența care conține informațiile menționate la articolul 12 alineatul (1) din regulamentul respectiv sau cu o indicație clară a locului în care o astfel de notificare privind transparența poate fi obținută cu ușurință și în mod direct. În temeiul articolului 12 alineatul (3) din Regulamentul (UE) 2024/900, notificările privind transparența trebuie să fie incluse în fiecare material publicitar politic sau să poată fi accesate cu ușurință în orice moment în timpul perioadei de publicare a materialului publicitar politic. Notificările privind transparența trebuie menținute la zi pe toată durata publicării materialului publicitar politic, trebuie prezentate într-un format care este ușor accesibil și, cel puțin atunci când materialul publicitar politic este pus la dispoziție în format electronic, trebuie să fie disponibile într-un format care poate fi citit automat și acestea se redactează în limba materialului publicitar politic.

(6) Astfel cum se subliniază în considerentul (87) din Regulamentul (UE) 2024/900, informațiile care trebuie furnizate privind utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și a tehnicilor de difuzare a materialelor publicitare ar trebui să fie prezentate într-un format ușor accesibil, să fie perceptibile în mod clar și ușor de utilizat, inclusiv prin utilizarea unui limbaj simplu și accesibil persoanelor cu dizabilități.

(7) În plus, în conformitate cu articolul 12 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2024/900, editorii de publicitate politică păstrează notificările lor privind transparența, împreună cu eventualele modificări ale acestora, pentru o perioadă de șapte ani de la ultima publicare a materialului publicitar politic în cauză.

(8) În plus, articolul 11 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2024/900 prevede că statele membre, inclusiv autoritățile competente, și Comisia trebuie să încurajeze elaborarea de coduri de conduită voluntare menite să contribuie la etichetarea adecvată a materialelor publicitare politice.

(9) Este necesar să se stabilească formatul și modelul etichetelor și al notificărilor privind transparența și să se asigure că acestea sunt adaptate suportului utilizat de materialele publicitare politice. Ar trebui stabilite cerințe generale pentru etichetele și notificările privind transparența materialelor publicitare politice offline și online, pentru a acoperi gama largă de forme fizice și digitale de publicare, inclusiv, după caz, produsele publicitare. Ar trebui prevăzute cerințe suplimentare care să abordeze particularitățile serviciilor mass-media audiovizuale liniare și la cerere și ale serviciilor radio liniare și neliniare, precum și formatul distinct al mass-mediei tipărite, cum ar fi ziarele, revistele, broșurile, pliantele, afișele sau prospectele, precum și caracteristicile specifice ale mass-mediei digitale, inclusiv ale platformelor online, ale site-urilor web, ale aplicațiilor mobile și ale jocurilor pe calculator.

(10) S-ar putea utiliza mai eficace elementele interfeței cu utilizatorul care facilitează navigarea și afișarea informațiilor pe suportul online, cum ar fi miniaturile, pictogramele, afișările imbricate, ferestrele pop-up sau mesajele suprapuse din cadrul aplicațiilor, pentru a prezenta etichetele și a se asigura faptul că cetățenii recunosc cu ușurință materialele publicitare politice online, fără a interacționa cu materialul publicitar politic în sine.

(11) Este important să se stabilească specificații tehnice pentru notificările privind transparența puse la dispoziție online. Aceste specificații tehnice nu ar trebui să aducă atingere cerințelor tehnice privind transmiterea de informații către registrul european de materiale publicitare politice online, care sunt necesare pentru ca editorii de publicitate politică să își respecte obligațiile care le revin în temeiul articolului 13 alineatele (2) și (4) din Regulamentul (UE) 2024/900.

(12) Cu scopul de a asigura accesibilitatea pentru persoanele cu dizabilități, la publicarea notificărilor privind transparența ar trebui luate în considerare cerințele de accesibilitate relevante prevăzute în anexa I la Directiva (UE) 2019/882 a Parlamentului European și a Consiliului ([2]), precum cele prevăzute în secțiunea III.

(13) Prezentul regulament ține seama de nevoile specifice ale microîntreprinderilor și ale întreprinderilor mici și mijlocii, în conformitate cu principiul proporționalității.

([2]) Directiva (UE) 2019/882 a Parlamentului European și a Consiliului din 17 aprilie 2019 privind cerințele de accesibilitate aplicabile produselor și serviciilor (JO L 151, 7.6.2019, p. 70, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj).

(14) Autoritatea Europeană pentru Protecția Datelor a fost consultată în conformitate cu articolul 42 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului ([3]) și a emis un aviz la 17 iunie 2025.

(15) Măsurile prevăzute în prezentul regulament sunt conforme cu avizul comitetului menționat la articolul 29 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2024/900,

ADOPTĂ PREZENTUL REGULAMENT:

Articolul 1

(1) Etichetele menționate la articolul 11 din Regulamentul (UE) 2024/900 trebuie să respecte anexele I și II la prezentul regulament.

(2) Notificările privind transparența menționate la articolul 12 din Regulamentul (UE) 2024/900 trebuie să respecte anexele I, II și III la prezentul regulament.

Articolul 2

Prezentul regulament intră în vigoare în a douăzecea zi de la data publicării în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Se aplică de la 10 octombrie 2025.

Prezentul regulament este obligatoriu în toate elementele sale și se aplică direct în toate statele membre.

Adoptat la Bruxelles, 9 iulie 2025.

Pentru Comisie
Președinta
Ursula VON DER LEYEN

([3]) Regulamentul (UE) 2018/1725 al Parlamentului European și al Consiliului din 23 octombrie 2018 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal de către instituțiile, organele, oficiile și agențiile Uniunii și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 45/2001 și a Deciziei nr. 1247/2002/CE (JO L 295, 21.11.2018, p. 39, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2018/1725/oj).

ANEXA I

Formatul etichetelor și al notificărilor privind transparența

1. **Cerințe generale**

1. Prezenta secțiune stabilește cerințe comune pentru etichetele și notificările privind transparența materialelor publicitare politice, aplicabile tuturor formelor și mijloacelor de publicare, distribuire și difuzare a materialelor publicitare politice.

2. Eticheta trebuie să fie inclusă în materialul publicitar politic, aplicată pe acesta sau asociată acestuia în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate, pentru a notifica în mod corespunzător cititorului, telespectatorului sau ascultătorului informațiile prevăzute în anexa II la prezentul regulament.

3. O etichetă nu este clară, proeminentă și lipsită de ambiguitate dacă, pentru o persoană obișnuită, este dificil de citit, de vizualizat sau de auzit ori dacă este cu ușurință trecută cu vederea, inclusiv din cauză că nu se distinge în mod clar de materialul publicitar politic sau din cauza configurației suportului de publicare ori de distribuire.

4. Etichetele vizuale și notificările privind transparența trebuie să fie lizibile, să utilizeze caractere de o dimensiune și formă adecvate, să fie adaptate suportului de publicare și să aibă un contrast suficient, precum și o distanțare adecvată între litere, rânduri și paragrafe.

5. Etichetele audio trebuie să fie pronunțate în mod clar și distinct, într-un registru formal. Etichetele audio nu trebuie să fie însoțite de sunete de fundal.

6. În cazul în care se utilizează un link către o pagină web, un cod QR sau măsuri tehnice echivalente, ușor de utilizat, pentru a face trimitere la locul în care poate fi accesată notificarea privind transparența, acestea trebuie să ducă direct la notificarea privind transparența.

7. Codul QR trebuie să aibă un contrast al culorilor ridicat față de culoarea de fond a etichetei și o dimensiune ușor de citit de cititoarele obișnuite de coduri QR, cum ar fi cele integrate în dispozitivele portabile de comunicare.

2. **Cerințe specifice pentru televiziune și radio**

1. Prezenta secțiune se aplică etichetelor și notificărilor privind transparența materialelor publicitare politice puse la dispoziție prin intermediul serviciilor mass-media audiovizuale, în sensul articolului 1 alineatul (1) litera (a) punctul (i) din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului ([1]), precum și prin intermediul serviciilor radio liniare și neliniare.

2. Etichetele vizuale trebuie să fie afișate pe întreaga durată a materialului publicitar politic. O altă posibilitate ar fi ca etichetele vizuale să fie afișate pe întregul ecran la începutul sau la sfârșitul materialului publicitar politic dacă:

   (a) acestea apar timp de cel puțin 3 secunde și

   (b) declarația care indică faptul că materialul publicitar este un material publicitar politic, numele sponsorului și linkul către pagina web unde se găsește notificarea privind transparența sunt vizibile în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate pe întreaga durată a materialului publicitar politic.

3. Eticheta poate fi pusă la dispoziție sub forma unei combinații de formate vizuale și audio, utilizând, după caz, modelele prevăzute la punctele 1 și 2 din anexa II, cu condiția respectării punctului 2(b).

([1]) Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) (JO L 95, 15.4.2010, p. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2010/13/oj).

4. Etichetele audio trebuie anunțate la începutul sau la sfârșitul materialului publicitar politic.

3. **Cerințe specifice pentru mass-media tipărită**

1. Prezenta secțiune se aplică etichetelor și notificărilor privind transparența materialelor publicitare politice care sunt puse la dispoziție prin mass-media tipărită.

2. De regulă, eticheta trebuie inclusă într-o singură casetă tipărită.

3. În cazul în care este inclusă în același material tipărit ca și materialul publicitar politic, notificarea privind transparența este, de regulă, inclusă într-o singură casetă tipărită.

4. Eticheta și notificarea privind transparența trebuie afișate în contrast ridicat cu fundalul.

4. **Cerințe specifice pentru suportul digital**

1. Prezenta secțiune se aplică etichetelor și notificărilor privind transparența materialelor publicitare politice puse la dispoziție în format digital, cu excepția serviciilor mass-media audiovizuale în sensul articolului 1 alineatul (1) litera (a) punctul (i) din Directiva 2010/13/UE și a serviciilor radio liniare și neliniare.

2. În cazul în care materialele publicitare politice sunt puse la dispoziție în format video, etichetele vizuale trebuie afișate pe întreaga durată a materialului publicitar politic. O altă posibilitate ar fi ca etichetele vizuale să fie afișate pe întregul ecran la începutul sau la sfârșitul materialului publicitar politic dacă:

(a) acestea apar timp de cel puțin 3 secunde și

(b) declarația care indică faptul că materialul publicitar este un material publicitar politic, numele sponsorului și linkul către pagina web unde se găsește notificarea privind transparența sunt vizibile în mod clar, proeminent și lipsit de ambiguitate pe întreaga durată a materialului publicitar politic.

3. Pentru a prezenta eticheta, pot fi utilizate elementele interfeței cu utilizatorul care facilitează navigarea online și afișarea informațiilor, cu condiția respectării punctului 2(b) fără a se întreprinde vreo acțiune suplimentară.

4. Etichetele vizuale afișate sau prezentate în conformitate cu punctul 3 trebuie să apară ca text închis la culoare pe un fundal deschis.

5. În cazul în care materialele publicitare politice sunt puse la dispoziție în format audio, eticheta poate fi pusă la dispoziție în format audio dacă respectă următoarele cerințe:

(a) aceasta poate fi auzită fără a fi necesară vreo acțiune suplimentară;

(b) aceasta este anunțată la începutul sau la sfârșitul materialului publicitar politic.

6. Eticheta poate fi pusă la dispoziție sub forma unei combinații de formate vizuale și audio, utilizând, după caz, modelele prevăzute la punctele 1 și 2 din anexa II, cu condiția respectării punctului 2(b).

ANEXA II

Modele pentru etichetele și notificările privind transparența materialelor publicitare politice

1. **Model pentru etichetele vizuale**[1]

MATERIAL PUBLICITAR POLITIC[2]

(care utilizează **tehnici de vizare a unui public-țintă** și/sau de **distribuire a materialelor publicitare** pe baza DATELOR CU CARACTER PERSONAL)[3]

- • Sponsorul este [fie a) DENUMIREA COMERCIALĂ a entității juridice, fie (b) NUMELE și PRENUMELE persoanei fizice][4].
- • (Sponsorul este controlat de [fie a) denumirea comercială a entității juridice, fie (b) numele și prenumele persoanei fizice])[5].
- • (Materialul publicitar are legătură cu [denumirea și data alegerilor] sau cu [denumirea inițiativei legislative sau de reglementare])[6].

Mai multe informații sunt disponibile la [**link către pagina web**][7].

Observații

1. Încadrarea informațiilor din etichetă într-un chenar negru pentru a delimita informațiile etichetei este opțională. Punctele marcatoare pot fi înlocuite cu alte simboluri marcatoare pentru liste. Se încurajează utilizarea caracterelor aldine și/sau a majusculelor, în special pentru declarația care indică faptul că materialul publicitar este un material publicitar politic, pentru informațiile privind utilizarea unor tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza datelor cu caracter personal, pentru numele sponsorului și trimiterea la linkul către pagina web.

2. Declarația prin care se indică faptul că materialul publicitar este un material publicitar politic este obligatorie. Se poate utiliza o formulare similară.

3. Furnizarea de informații privind utilizarea unor tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza datelor cu caracter personal este obligatorie, dacă s-a făcut uz de astfel de tehnici. Se poate utiliza o formulare similară.

4. Furnizarea de informații privind numele sponsorului este obligatorie. În loc de „sponsorul este”, se poate utiliza o formulare similară pentru a indica persoana la cererea căreia sau în numele căreia este publicat, distribuit sau difuzat materialul publicitar politic. Este opțională ordinea în care se menționează numele și prenumele persoanei fizice. Informațiile privind numele sponsorului pot fi însoțite de logoul politic al sponsorului, cum ar fi un logo al partidului politic sau un simbol electoral.

5. Furnizarea de informații privind denumirea entității care controlează sponsorul este obligatorie în cazul în care o altă entitate exercită o influență decisivă asupra componenței, a votului sau a deciziilor organelor sponsorului.

6. Furnizarea de informații privind legătura dintre materialul publicitar politic și anumite alegeri sau o inițiativă legislativă ori de reglementare este obligatorie în cazul în care există o legătură clară și substanțială cu alegerile sau cu inițiativa legislativă ori de reglementare în cauză. Denumirea alegerilor poate fi indicată prin referire la categoria autorităților care vor fi alese (de exemplu, „alegeri parlamentare”) sau la un tip specific de alegeri (de exemplu, „referendum constituțional”). Denumirea inițiativei legislative sau de reglementare poate fi prescurtată.

7. Trebuie furnizat linkul către pagina web în cazul în care notificarea privind transparența nu este inclusă în etichetă. Alternativ, pot fi utilizate coduri QR sau măsuri tehnice echivalente, ușor de utilizat, pentru a accesa direct notificarea privind transparența. În cazul în care o etichetă online include un link către o pagină web, textul vizibil al linkului trebuie să fie scris cu caractere aldine sau de culoare diferită față de restul textului etichetei și să fie marcat ca fiind „Notificarea privind transparența”.

2. **Model pentru etichetele audio**

Acesta este un material publicitar politic[1] (care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza datelor cu caracter personal[2]). Sponsorul este [fie a) denumirea comercială a entității juridice, fie (b) numele și prenumele persoanei fizice][3]. (Sponsorul este controlat de [fie a) denumirea comercială a entității juridice, fie (b) numele și prenumele persoanei fizice][4]. (Materialul publicitar are legătură cu [denumirea și data alegerilor] sau cu [denumirea inițiativei])[5]. Mai multe informații sunt disponibile la [link către pagina web][6].

Observații

1. Declarația prin care se indică faptul că materialul publicitar este un material publicitar politic este obligatorie.

2. Furnizarea de informații privind utilizarea unor tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza datelor cu caracter personal este obligatorie, dacă s-a făcut uz de astfel de tehnici. Se poate utiliza o formulare similară.

3. Furnizarea de informații privind numele sponsorului este obligatorie. În loc de „sponsorul este", se poate utiliza o formulare similară pentru a indica persoana la cererea căreia sau în numele căreia este publicat, distribuit sau difuzat materialul publicitar politic. Este opțională ordinea în care se menționează numele și prenumele persoanei fizice.

4. Furnizarea de informații privind denumirea entității care controlează sponsorul este obligatorie în cazul în care o altă entitate exercită o influență decisivă asupra componenței, a votului sau a deciziilor organelor sponsorului.

5. Furnizarea de informații privind legătura dintre materialul publicitar politic și anumite alegeri sau o inițiativă legislativă ori de reglementare este obligatorie în cazul în care există o legătură clară și substanțială cu alegerile sau cu inițiativa legislativă ori de reglementare în cauză. Denumirea alegerilor poate fi indicată prin referire la categoria autorităților care vor fi alese (de exemplu, „alegeri parlamentare") sau la un tip specific de alegeri (de exemplu, „referendum constituțional"). Denumirea inițiativei legislative sau de reglementare poate fi prescurtată.

6. Linkul către pagina web trebuie să fie scurt.

3. **Model pentru notificările privind transparența**

NOTIFICARE PRIVIND TRANSPARENȚA

1. **Sponsorul:** [fie a) DENUMIREA comercială și, dacă este diferită, DENUMIREA legală, adresa de e-mail, adresa poștală și, dacă este diferită, adresa sediului și, după caz, numărul de înregistrare relevant al entității juridice sau al organizației de campanie politică fără personalitate juridică, fie b) NUMELE și PRENUMELE, adresa de e-mail și adresa poștală, în cazul în care sunt făcute publice, ale persoanei fizice.][1]

2. **Entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul:** [fie a) DENUMIREA comercială și, dacă este diferită, DENUMIREA legală, adresa de e-mail, adresa poștală și, dacă este diferită, adresa sediului entității juridice, fie b) NUMELE și PRENUMELE, adresa de e-mail și adresa poștală, în cazul în care sunt făcute publice, ale persoanei fizice.][2]

3. **Entitatea care plătește pentru materialul publicitar politic:** [fie a) DENUMIREA comercială și, dacă este diferită, DENUMIREA legală, adresa de e-mail, adresa poștală și, dacă este diferită, adresa sediului entității juridice, fie b) NUMELE și PRENUMELE, adresa de e-mail și adresa poștală, în cazul în care sunt făcute publice, ale persoanei fizice.][3]

4. **Perioada în care este prevăzută publicarea, difuzarea sau diseminarea materialului publicitar politic:** [De la data începerii până la data încheierii.][4]

5. **Sumele agregate și valoarea agregată a altor beneficii primite de furnizorii de servicii de publicitate politică pentru materialul publicitar politic:** [Cifra totală și moneda][5]

6. **Sumele agregate și valoarea agregată a altor beneficii primite de furnizorii de servicii de publicitate politică pentru campania de publicitate politică:** [Cifra totală și moneda][6]

7. **Informații privind originea sumelor și a altor beneficii primite de furnizorii de servicii de publicitate politică:** [Din sectorul public și/sau privat și din partea UE și/sau de la țări terțe][7]

8. **Metodologia utilizată pentru calcularea sumelor agregate și a valorii agregate a altor beneficii primite de furnizorii de servicii de publicitate politică pentru materialul publicitar politic și, după caz, pentru campania de publicitate politică:** [Modul în care au fost identificate și agregate sumele și beneficiile în natură primite de fiecare furnizor de servicii relevant.][8]

9. **Materialul publicitar politic are legătură cu:** [denumirea, nivelul și data alegerilor] sau [denumirea inițiativei și nivelul procesului legislativ sau de reglementare].[9]

10. [Link (linkuri) către pagina web conținând informații oficiale privind modalitățile de participare la alegerile sau la referendumul cu care are legătură materialul publicitar politic.][10]

11. [Linkuri către registrul european de materiale publicitare politice online.][11]

12. **Modalități de semnalare a materialelor publicitare politice potențial neconforme:** [Informații privind mecanismul de semnalare a materialelor publicitare politice potențial neconforme, prevăzut la articolul 15 alineatul (1) din Regulamentul (UE) 2024/900.][12]

13. [O publicare anterioară a materialului publicitar politic sau a unei versiuni precedente a acestuia a fost suspendată sau întreruptă din cauza unei încălcări a Regulamentului (UE) 2024/900.][13]

UTILIZAREA TEHNICILOR DE VIZARE A UNUI PUBLIC-ȚINTĂ ȘI/SAU DE DISTRIBUIRE A MATERIALELOR PUBLICITARE

pe baza prelucrării datelor cu caracter personal

14. **[Materialul publicitar politic a utilizat tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau tehnici de distribuire a materialelor publicitare pe baza utilizării datelor cu caracter personal.]**[14]

15. **Informații privind tehnicile de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare utilizate**[15]:

(a) Tehnici analitice utilizate: [scurtă descriere]

(b) Grupul (grupurile) specific(e) de destinatari vizate, inclusiv parametrii utilizați pentru a determina destinatarii cărora le este difuzat materialul publicitar politic: [listă]

(c) Categoriile de date cu caracter personal utilizate pentru tehnicile de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialului publicitar: [listă]

(d) Obiectivele, mecanismele și logica vizării unui public-țintă, inclusiv parametrii de includere și excludere, precum și motivele pentru alegerea acestor parametri: [scurtă descriere]

(e) Informații privind utilizarea sistemelor de inteligență artificială în vizarea unui public-țintă sau în distribuirea publicității politice: [scurtă descriere]

(f) Perioada de diseminare a materialului publicitar politic: [data începerii și data încheierii]

(g) Numărul de vizualizări ale materialului publicitar politic: [număr total]

(h) Numărul de interacțiuni cu materialul publicitar politic sub formă de clicuri, aprecieri și comentarii: [număr total]

(i) Politica internă care descrie modul în care sunt utilizate tehnicile de vizare a unui public-țintă și de distribuire a materialelor publicitare: [link sau URL]

(j) Alte informații relevante: [scurtă descriere]

16. **Mijloace eficace de sprijinire a persoanelor fizice în exercitarea drepturilor lor în materie de protecție a datelor în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului** [1] **(Regulamentul general privind protecția datelor), inclusiv dreptul de a-și modifica datele cu caracter personal și de a-și retrage consimțământul pentru prelucrarea datele lor cu caracter personal în scopul publicității politice**[16]:

(a) Identitatea și datele de contact ale operatorului (operatorilor): [fie a) DENUMIREA comercială și, dacă este diferită, DENUMIREA legală, adresa de e-mail, adresa poștală și, dacă este diferită, adresa sediului entității juridice, fie b) NUMELE și PRENUMELE, adresa de e-mail și, în cazul în care este făcută publică, adresa poștală ale persoanei fizice.]

(b) Trimitere la dreptul de a-și retrage consimțământul pentru prelucrarea datelor cu caracter personal în scopul publicității politice: [Link către pagina web a interfeței operatorului, care oferă posibilitatea simplă și ușor de utilizat de a retrage consimțământul pentru publicitatea politică]

(c) Link către interfața care permite exercitarea drepturilor în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679: [link către pagina web]

(d) Link către informațiile furnizate în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679: [link către pagina web]

Observații

1. Informațiile privind adresa sediului și adresa poștală trebuie să includă strada, numărul, orașul, codul poștal și țara. Numărul de înregistrare relevant se referă la numerele de înregistrare atribuite sponsorului într-un context electoral sau decizional, cum ar fi în cazul unui partid politic înregistrat pentru a participa la alegeri sau al unei entități înregistrate ca reprezentant de interese sau furnizor de activități de reprezentare a intereselor.

2. Informații care trebuie furnizate numai în cazul în care o altă entitate exercită o influență decisivă asupra componenței, a votului sau a deciziilor organelor sponsorului.

3. Informații care trebuie furnizate numai în cazul în care persoana fizică sau juridică care oferă o remunerație în schimbul materialului publicitar politic este diferită de sponsor sau de entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul.

4. Data începerii și data încheierii trebuie exprimate în zile calendaristice.

5. Cifra totală trebuie să includă sumele facturate, prevăzute în buget sau percepute de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv de editor, pentru serviciile de publicitate politică pe care le-au furnizat pentru materialul publicitar politic respectiv. După caz, cifra totală trebuie să includă, de asemenea, valoarea monetară a tuturor prestațiilor în natură primite și/sau care urmează să fie primite de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv de editor, pentru serviciile de publicitate politică pe care le-au furnizat pentru materialul publicitar politic respectiv.

[1] Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor) (JO L 119, 4.5.2016, p. 1, ELI: http://data.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj).

6. Informații care trebuie furnizate după caz. Cifra totală trebuie să includă toate sumele facturate, prevăzute în buget sau percepute de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv de editor, pentru seriile de materiale publicitare politice conexe din care face parte materialul publicitar politic respectiv. După caz, cifra totală trebuie să includă, de asemenea, valoarea monetară a tuturor prestațiilor în natură primite și/sau care urmează să fie primite de furnizorii de servicii de publicitate politică, inclusiv de editor, pentru campania de publicitate politică din care face parte materialul publicitar politic respectiv.

7. Informații care trebuie furnizate după caz.

8. Informații care să clarifice dacă cifra totală de la punctul 5 și, după caz, de la punctul 6 reflectă sumele facturate, prevăzute în bugetat și/sau percepute și dacă include taxa pe valoarea adăugată. În cazul prestațiilor în natură, trebuie să se indice metoda (metodele) de evaluare utilizată (utilizate). În acest din urmă caz, se poate pune la dispoziție linkul (linkurile) către pagina web conținând standardele existente.

9. Informații care trebuie furnizate numai în cazul în care există o legătură clară și substanțială cu anumite alegeri sau cu o inițiativă legislativă ori de reglementare. Denumirea alegerilor poate fi indicată prin referire la categoria autorităților care vor fi alese (de exemplu, „alegeri parlamentare") sau la un tip specific de alegeri (de exemplu, „referendum constituțional"). Denumirea inițiativei legislative sau de reglementare poate fi prescurtată. Nivelul se indică, după caz, prin referire la nivelul UE, la nivelul național, regional sau local, inclusiv prin menționarea statului membru (statelor membre) și/sau a teritoriilor relevante.

10. În cazul în care notificarea privind transparența este pusă la dispoziție online, textul vizibil al linkului (linkurilor) către pagina web este următorul: „Informații oficiale privind modalitățile de participare la alegerile cu care are legătură materialul publicitar politic".

11. Informații care trebuie furnizate pentru notificările privind transparența care însoțesc materialelor publicitare politice online publicate, difuzate sau diseminate începând de la data instituirii registrului european de materiale publicitare politice online. În cazul în care notificarea privind transparența este pusă la dispoziție online, textul vizibil al linkului către pagina web este următorul: „Link către registrul european de materiale publicitare politice online".

12. Informațiile privind mecanismul de semnalare a materialelor publicitare politice potențial neconforme pot fi furnizate, de asemenea, sub forma unui link către o pagină web. În cazul în care notificarea privind transparența este pusă la dispoziție online, textul vizibil al linkului către pagina web este următorul: „Semnalați materialele publicitare politice potențial neconforme".

13. Informații care trebuie furnizate după caz.

14. Informații care trebuie furnizate numai în cazul materialelor publicitare politice online care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza prelucrării datelor cu caracter personal.

15. Informații care trebuie furnizate numai în cazul materialelor publicitare politice online care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza prelucrării datelor cu caracter personal. Impactul materialului publicitar politic exprimat ca număr de vizualizări, clicuri, aprecieri și comentarii trebuie furnizat în cazul în care acest lucru este fezabil din punct de vedere tehnic.

16. Informații care trebuie furnizate numai în cazul materialelor publicitare politice online care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și/sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza prelucrării datelor cu caracter personal. După caz, trimiterile la Regulamentul (UE) 2016/679 se înlocuiesc cu trimiteri la Regulamentul (UE) 2018/1725.

ANEXA III

Specificații tehnice pentru notificările privind transparența

1. În cazul în care notificarea privind transparența nu este inclusă în etichetă sau pusă la dispoziție în conformitate cu punctul 3.3 din anexa I, aceasta trebuie pusă la dispoziție online.

2. După caz, în temeiul articolului 12 alineatul (3) al doilea paragraf din Regulamentul (UE) 2024/900, notificările privind transparența trebuie puse la dispoziție într-un format care să poată fi citit automat. O notificare privind transparența poate fi citită automat dacă este pusă la dispoziție într-un format pe care aplicațiile software îl pot prelucra automat, fără intervenție umană, cum ar fi JSON sau XML.

3. După caz, notificarea privind transparența trebuie să respecte cerințele de accesibilitate relevante prevăzute în anexa I la Directiva (UE) 2019/882.

4. În cazul în care acest lucru este fezabil din punct de vedere tehnic, caracterele utilizate pentru textul notificării privind transparența trebuie să fie sans serif și să aibă o dimensiune de cel puțin 12 puncte. Distanța dintre rânduri trebuie să fie de cel puțin un spațiu și jumătate în cadrul paragrafelor, iar distanța dintre paragrafe trebuie să fie de cel puțin 1,5 ori mai mare decât distanța dintre rânduri.

5. În cazul în care acest lucru este fezabil din punct de vedere tehnic, raportul de contrast dintre elementele notificării privind transparența și fundalul acesteia trebuie să fie de cel puțin 4,5:1.

6. În cazul în care acest lucru este fezabil din punct de vedere tehnic, notificările privind transparența trebuie să utilizeze un format flexibil, care să le permită să se adapteze automat la dimensiunile ecranului și la interfețele utilizate.

7. În cazul în care acest lucru este fezabil din punct de vedere tehnic, notificările privind transparența trebuie să fie puse la dispoziție într-un format care să poată fi redimensionat fără o tehnologie de asistare cu până la 200 %, într-un mod care nu impune utilizatorului să deruleze orizontal pagina pentru a citi un rând de text într-o fereastră afișată pe întregul ecran.

8. Se pot utiliza efecte sau animații pentru a evidenția și a face notificarea privind transparența mai ușor de utilizat.

9. Punctele 4-7 nu se aplică microîntreprinderilor sau întreprinderilor mici și mijlocii care îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 3 alineatele (1), (2) și (3) din Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului ([1]).

([1]) Directiva 2013/34/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 26 iunie 2013 privind situațiile financiare anuale, situațiile financiare consolidate și rapoartele conexe ale anumitor tipuri de întreprinderi, de modificare a Directivei 2006/43/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivelor 78/660/CEE și 83/349/CEE ale Consiliului (JO L 182, 29.6.2013, p. 19, ELI: http://data.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj).