



2021/0381(COD)

18.10.2022

ADVIES

van de Commissie constitutionele zaken

aan de Commissie interne markt en consumentenbescherming

inzake het voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende transparantie en gerichte politieke reclame (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))

Rapporteur voor advies: Daniel Freund

PA_Legam

BEKNOPTE MOTIVERING

In de gevoelige context van politieke reclame acht de rapporteur voor advies het noodzakelijk de transparantie van de regels te vergroten en de werkingssfeer ervan te verduidelijken, en tegelijkertijd vrijwaringsmechanismen te versterken en onzekerheden in verband met de naleving te verminderen.

In het ontwerpverslag wordt voorgesteld een centraal Europees register voor politieke reclame op te richten, dat door de Commissie wordt opgezet en beheerd, en waarvan de kosten worden gedekt door een vergoeding die in verhouding staat tot het gebruik ervan en tot de inkomsten uit politieke reclame, waarbij kmo's worden vrijgesteld. Dit moet zowel de nalevingskosten verminderen als de transparantie van de markt voor politieke reclame vergroten, ook voor onderzoekers.

De meeste lidstaten beschikken over bepalingen op grond waarvan kandidaten of partijen vrije en evenredige toegang hebben tot traditionele media tijdens verkiezingscampagnes. Gezien de verschuiving naar niet-lineaire media, zoals sociale platforms, is de rapporteur voor advies van mening dat zeer grote onlineplatforms tijdens de verkiezingen voor het Europees Parlement een beperkte aantal politieke advertenties gratis zouden moeten weergeven. Dit moet gebaseerd zijn op het beginsel van gelijke toegang en moet evenredige zichtbaarheid geven aan electorale entiteiten die naar behoren zijn geregistreerd voor dergelijke verkiezingen.

In de wetstekst moet ook worden verduidelijkt welke activiteiten als politieke reclame worden aangemerkt – derhalve moet zowel door dezelfde actor gegenereerde en gepromote reclame als commerciële reclame die van invloed kan zijn op het regelgevings- en wetgevingsproces en het stemgedrag, als politieke reclame worden aangemerkt en aan regelgeving worden onderworpen. Daarnaast moet worden verduidelijkt dat alleen activiteiten die uitsluitend tot doel hebben de burgers over de verkiezingen te informeren, mogen worden vrijgesteld.

De complexe context van politieke reclame vereist verdere waarborgen. Naast algemene bepalingen van de wet inzake digitale diensten betreffende risicobeoordeling en -beperking moeten daarom specifieke zorgvuldigheidsmaatregelen worden aangescherpt. Hetzelfde geldt met betrekking tot gegevensbeschermingsregels, met name bij het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken maar ook bij het volgen van de wijze waarop gebruikers met politieke advertenties omgaan. Tevens moet worden verduidelijkt dat de actoren die toezien op en zorgen voor de naleving van die regels, voldoende middelen moeten krijgen om hun taken efficiënt te kunnen vervullen.

AMENDEMENTEN

De Commissie constitutionele zaken verzoekt de bevoegde Commissie interne markt en consumentenbescherming onderstaande amendementen in aanmerking te nemen:

Amendement 1

Voorstel voor een verordening

Overweging 4

Door de Commissie voorgestelde tekst

(4) De noodzaak transparantie te waarborgen is een legitiem openbaar doel, dat in overeenstemming is met de waarden die de EU en haar lidstaten overeenkomstig artikel 2 van het Verdrag betreffende de Europese Unie (VEU) delen. Het is niet altijd gemakkelijk voor burgers om politieke reclameboodschappen als zodanig te herkennen en hun democratische rechten met kennis van zaken uit te oefenen. Een hoog niveau van transparantie is onder meer noodzakelijk om een open en eerlijk politiek debat en vrije en eerlijke verkiezingen of referenda te ondersteunen en om desinformatie en onrechtmatige inmenging, ook vanuit het buitenland, te bestrijden. Politieke reclame kan met name een bron van desinformatie zijn wanneer de reclame haar politieke karakter niet kenbaar maakt en gericht wordt ingezet. Transparantie van politieke reclame draagt ertoe bij dat kiezers die te maken krijgen met een politieke reclameboodschap, beter kunnen begrijpen namens wie die reclame wordt gemaakt en waarom een aanbieder van reclamediensten zich juist op hen richt, zodat zij beter in staat zijn geïnformeerde keuzes te maken.

Amendement

(4) De noodzaak transparantie te waarborgen is een legitiem openbaar doel, **zoals ook benadrukt in het op 9 mei 2022 uitgebrachte “verslag over het eindresultaat van de Conferentie over de toekomst van Europa”**, dat in overeenstemming is met de waarden die de EU en haar lidstaten overeenkomstig artikel 2 van het Verdrag betreffende de Europese Unie (VEU) delen, **en dat onderworpen blijft aan rechten die met name zijn erkend in artikel 16 VWEU en artikel 8 van het Handvest van de grondrechten van de Europese Unie (het “Handvest”) en die eenieder het recht geven op bescherming van de hem betreffende persoonsgegevens**. Het is niet altijd gemakkelijk voor burgers om politieke reclameboodschappen als zodanig te herkennen en hun democratische rechten met kennis van zaken uit te oefenen. Een hoog niveau van transparantie **en zorgvuldigheid** is onder meer noodzakelijk om een open en eerlijk politiek debat en vrije en eerlijke verkiezingen of referenda te ondersteunen en om desinformatie en onrechtmatige inmenging, ook vanuit het buitenland, te bestrijden. Politieke reclame kan met name een bron van desinformatie zijn wanneer de reclame haar politieke karakter niet kenbaar maakt en gericht wordt ingezet. Transparantie van politieke reclame draagt ertoe bij dat kiezers die te maken krijgen met een politieke reclameboodschap, beter kunnen begrijpen namens wie die reclame wordt gemaakt en waarom een aanbieder van reclamediensten zich juist op hen richt, zodat zij beter in staat zijn geïnformeerde keuzes te maken. **Bij de toepassing van deze transparantievereisten moeten overheden te allen tijde de grondrechten eerbiedigen, met inbegrip van de vrijheid van meningsuiting van de betrokken**

Amendement 2

Voorstel voor een verordening Overweging 5

Door de Commissie voorgestelde tekst

(5) Voor politieke reclame worden vaak targetingtechnieken gebruikt. Onder targeting- of amplificatietechnieken moeten technieken worden verstaan die worden gebruikt om een op bepaalde kenmerken afgestemde politieke reclameboodschap alleen tot een specifieke persoon of groep personen te richten of om de verspreiding, het bereik of de zichtbaarheid van een politieke reclameboodschap te vergroten. Aangezien targeting een krachtig middel is dat voor misbruik van persoonsgegevens kan worden gebruikt, onder meer door middel van microtargeting en andere geavanceerde technieken, kan targeting een bijzondere bedreiging vormen voor legitieme openbare belangen, zoals billijkheid, gelijke kansen en transparantie in het verkiezingsproces en het grondrecht op objectieve, transparante en pluralistische informatie.

Amendement 3

Voorstel voor een verordening Overweging 6

Door de Commissie voorgestelde tekst

(6) De regelgeving inzake politieke reclame in de lidstaten is momenteel ongelijksoortig en vaak gericht op traditionele mediavormen. Er zijn specifieke beperkingen, onder meer ten

Amendement

(5) Voor politieke reclame worden vaak targetingtechnieken gebruikt. Onder targeting- of amplificatietechnieken moeten technieken worden verstaan die worden gebruikt om een op bepaalde kenmerken afgestemde politieke reclameboodschap alleen tot een specifieke persoon of groep personen te richten of om de verspreiding, het bereik of de zichtbaarheid van een politieke reclameboodschap te vergroten. Aangezien targeting een krachtig middel is dat voor misbruik van persoonsgegevens kan worden gebruikt, onder meer door middel van microtargeting en andere geavanceerde technieken, kan targeting een bijzondere bedreiging vormen voor legitieme openbare belangen, zoals billijkheid, **vrijheid van meningsuiting, bescherming van EU-onderdanen die in het buitenland wonen**, gelijke kansen en transparantie in het verkiezingsproces en het grondrecht op objectieve, transparante en pluralistische informatie.

Amendement

(6) De regelgeving inzake politieke reclame in de lidstaten is momenteel ongelijksoortig en vaak gericht op traditionele mediavormen. Er zijn specifieke beperkingen, onder meer ten

aanzien van grensoverschrijdende dienstverlening op het gebied van politieke reclame. In sommige lidstaten is het in andere lidstaten gevestigde dienstverleners uit de EU verboden om tijdens verkiezingsperiodes diensten van politieke aard of met een politiek doel te verlenen. Tegelijkertijd zijn er waarschijnlijk ook **lidstaten met** lacunes en mazen in **hun** nationale wetgeving, waardoor bij de verspreiding van politieke reclame soms geen rekening wordt gehouden met de relevante nationale regels; de doelstelling van de transparantieregelgeving voor politieke reclame dreigt zo te worden ondermijnd.

aanzien van grensoverschrijdende dienstverlening op het gebied van politieke reclame, **die rechtstreeks van invloed zijn op het vermogen om grensoverschrijdende en pan-Europese politieke campagnes te voeren**. In sommige lidstaten is het in andere lidstaten gevestigde dienstverleners uit de EU verboden om tijdens verkiezingsperiodes diensten van politieke aard of met een politiek doel te verlenen. Tegelijkertijd zijn er waarschijnlijk ook lacunes en mazen in **de** nationale wetgeving **van sommige lidstaten evenals in Uniewetgeving**, waardoor bij de verspreiding van politieke reclame soms geen rekening wordt gehouden met de relevante nationale regels; de doelstelling van de transparantieregelgeving voor politieke reclame dreigt zo te worden ondermijnd.

Amendement 4

Voorstel voor een verordening Overweging 9

Door de Commissie voorgestelde tekst

(9) In dit verband zullen aanbieders van politieke reclamediensten waarschijnlijk worden ontmoedigd om hun politieke reclamediensten in grensoverschrijdende situaties aan te bieden. Dit geldt met name voor micro-ondernemingen en kmo's, die vaak niet over de middelen beschikken om de hoge nalevingskosten in verband met de productie, plaatsing, publicatie of verspreiding van politieke reclame in meer dan één lidstaat op te vangen of door te berekenen. Dit beperkt de beschikbaarheid van diensten en heeft negatieve gevolgen voor de mate waarin dienstverleners kunnen innoveren en multimediale en multinationale campagnes kunnen aanbieden op de interne markt.

Amendement

(9) In dit verband zullen aanbieders van politieke reclamediensten waarschijnlijk worden ontmoedigd om hun politieke reclamediensten in grensoverschrijdende situaties aan te bieden. Dit geldt met name voor micro-ondernemingen en kmo's, die vaak niet over de middelen beschikken om de hoge nalevingskosten in verband met de productie, plaatsing, publicatie of verspreiding van politieke reclame in meer dan één lidstaat op te vangen of door te berekenen. Dit beperkt de beschikbaarheid van diensten en heeft negatieve gevolgen voor de mate waarin dienstverleners kunnen innoveren en multimediale en multinationale campagnes kunnen aanbieden op de interne markt, **en vormt een belemmering voor de totstandbrenging van een echte pan-**

Amendement 5

Voorstel voor een verordening Overweging 10

Door de Commissie voorgestelde tekst

(10) Daarom moet in de hele Unie voor een consistent en hoog niveau van transparantie van politieke reclame worden gezorgd, terwijl verschillen die het vrije verkeer van verwante diensten binnen de interne markt belemmeren, moeten worden voorkomen door voor aanbieders van politieke reclamediensten uniforme **transparantieverplichtingen** vast te stellen die de uniforme bescherming van de rechten van personen en het toezicht op de gehele interne markt waarborgen op basis van artikel 114 VWEU.

Amendement

(10) Daarom moet in de hele Unie voor een consistent en hoog niveau van transparantie van politieke reclame worden gezorgd, terwijl verschillen die het vrije verkeer van verwante diensten binnen de interne markt belemmeren, moeten worden voorkomen door voor aanbieders van politieke reclamediensten uniforme **transparantie- en zorgvuldigheidsverplichtingen** vast te stellen die de uniforme bescherming van de rechten van personen en het toezicht op de gehele interne markt waarborgen op basis van artikel 114 VWEU. **Dergelijke verplichtingen moeten ook een samenhangende reeks zorgvuldigheidsvereisten omvatten die relevant zijn in het kader van politieke reclame.**

Amendement 6

Voorstel voor een verordening Overweging 11

Door de Commissie voorgestelde tekst

(11) De lidstaten zouden in hun nationale wetgeving geen bepalingen moeten behouden of invoeren die afwijken van de bepalingen in deze verordening, en zeker geen bepalingen die meer of minder strikt zijn en een ander niveau van transparantie **van** politieke reclame waarborgen. Volledige harmonisatie van de transparantievereisten in verband met politieke reclameboodschappen vergroot de rechtszekerheid en vermindert de

Amendement

(11) De lidstaten zouden in hun nationale wetgeving geen bepalingen moeten behouden of invoeren die afwijken van de bepalingen in deze verordening, en zeker geen bepalingen die meer of minder strikt zijn en een ander niveau van transparantie **en zorgvuldigheid met betrekking tot** politieke reclame waarborgen. Volledige harmonisatie van de transparantievereisten in verband met politieke reclameboodschappen vergroot de

versnippering van de verplichtingen waaraan dienstverleners in het kader van politieke reclame moeten voldoen.

rechtszekerheid en vermindert de versnippering van de verplichtingen waaraan dienstverleners in het kader van politieke reclame moeten voldoen.

Amendement 7

Voorstel voor een verordening Overweging 14

Door de Commissie voorgestelde tekst

(14) De verordening moet voorzien in geharmoniseerde **transparantievereisten** voor economische actoren die politieke reclame en aanverwante diensten aanbieden (d.w.z. activiteiten die gewoonlijk tegen vergoeding worden verricht); deze diensten bestaan met name in de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van politieke reclame. De regels van deze verordening die voor een hoge mate van transparantie van politieke reclame zorgen, zijn gebaseerd op artikel 114 VWEU. Daarom moet deze verordening ook betrekking hebben op het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van de publicatie, verspreiding of promotie van politieke reclame waarbij persoonsgegevens worden verwerkt. De regels van deze verordening die betrekking hebben op targeting en amplificatie, zijn gebaseerd op artikel 16 VWEU. Onder politieke reclame die gericht is op personen in een lidstaat, **moet** ook politieke reclame **worden** verstaan die onder personen in de Unie wordt verspreid, maar volledig is geproduceerd, geplaatst of gepubliceerd door buiten de Unie gevestigde dienstverleners. Om te bepalen of een politieke reclameboodschap gericht is op personen in een lidstaat, moeten de factoren in aanmerking worden genomen die op een verband tussen de betrokken reclameboodschap en die lidstaat wijzen, zoals de taal, de context, het doel en de

Amendement

(14) De verordening moet voorzien in geharmoniseerde **transparantie- en zorgvuldigheidsvereisten** voor economische actoren die politieke reclame en aanverwante diensten aanbieden (d.w.z. activiteiten die gewoonlijk tegen vergoeding worden verricht); deze diensten bestaan met name in de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van politieke reclame. De regels van deze verordening die voor een hoge mate van transparantie van politieke reclame zorgen, zijn gebaseerd op artikel 114 VWEU. Daarom moet deze verordening ook betrekking hebben op het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van de publicatie, verspreiding of promotie van politieke reclame waarbij persoonsgegevens worden verwerkt. De regels van deze verordening die betrekking hebben op targeting en amplificatie, zijn gebaseerd op artikel 16 VWEU. **Die transparantie- en zorgvuldigheidsvereisten moeten van toepassing zijn onverminderd Verordening (EU) 2016/679, maar in de onderhavige verordening moeten strengere voorwaarden en regels kunnen worden vastgesteld voor de verwerking van persoonsgegevens in het specifieke kader van politieke reclame.** Onder politieke reclame die gericht is op personen in een lidstaat, **wordt** ook politieke reclame verstaan die onder personen in de Unie wordt verspreid, maar volledig is

verspreidingsmiddelen van de boodschap.

geproduceerd, geplaatst of gepubliceerd door buiten de Unie gevestigde dienstverleners. Om te bepalen of een politieke reclameboodschap gericht is op personen in een lidstaat, moeten de factoren in aanmerking worden genomen die op een verband tussen de betrokken reclameboodschap en die lidstaat wijzen, zoals de taal, de context, het doel en de verspreidingsmiddelen van de boodschap.

Amendement 8

Voorstel voor een verordening Overweging 15

Door de Commissie voorgestelde tekst

(15) Er is geen definitie van “politieke reclame” of “politieke reclameboodschap” voorhanden op het niveau van de Unie. Er is een gemeenschappelijke definitie nodig om het toepassingsgebied van de geharmoniseerde transparantieplichtingen en de regels inzake targetting en amplificatie vast te stellen. Deze definitie dient de vele vormen die politieke reclame kan aannemen en alle middelen en wijzen van publicatie of verspreiding binnen de Unie te bestrijken, ongeacht of de **bron zich binnen** de Unie dan wel in een derde land **bevindt**.

Amendement

(15) Er is geen definitie van “politieke reclame” of “politieke reclameboodschap” voorhanden op het niveau van de Unie. Er is een gemeenschappelijke definitie nodig om het toepassingsgebied van de geharmoniseerde transparantieplichtingen en de regels inzake targetting en amplificatie vast te stellen. Deze definitie dient de vele vormen die politieke reclame kan aannemen en alle middelen en wijzen van publicatie of verspreiding binnen de Unie te bestrijken, ongeacht of de **dienstverlener of opdrachtgever in** de Unie dan wel in een derde land **is gevestigd**.

.

Amendement 9

Voorstel voor een verordening Overweging 16

Door de Commissie voorgestelde tekst

(16) De definitie van “politieke reclame” moet ook reclame omvatten die direct of indirect wordt gepubliceerd of verspreid door, voor of namens een

Amendement

(16) De definitie van “politieke reclame” moet ook reclame omvatten die direct of indirect wordt gepubliceerd, **gepromoot** of verspreid door, voor of

politieke actor. Aangezien reclameboodschappen van, voor of namens een politieke actor niet los kunnen worden gezien van diens activiteiten als politieke actor, is het aannemelijk dat deze het politieke debat kunnen beïnvloeden, tenzij het om zuiver particuliere of zuiver commerciële boodschappen gaat.

Amendement 10

Voorstel voor een verordening Overweging 17

Door de Commissie voorgestelde tekst

(17) Ook de publicatie of verspreiding door andere actoren van een boodschap die het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag kan beïnvloeden, moet als politieke reclame worden aangemerkt. Om te bepalen of de publicatie of verspreiding van een boodschap van invloed kan zijn op het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag, moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren, zoals de inhoud van de boodschap, de taal waarin de boodschap is gesteld, de context waarin de boodschap wordt overgebracht, het doel van de boodschap en de wijze waarop de boodschap wordt gepubliceerd of verspreid. Boodschappen over maatschappelijke of controversiële kwesties kunnen, naargelang het geval, van invloed zijn op het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag.

namens een politieke actor. Aangezien reclameboodschappen van, voor of namens een politieke actor niet los kunnen worden gezien van diens activiteiten als politieke actor, is het aannemelijk dat deze het politieke debat kunnen beïnvloeden, tenzij het om zuiver particuliere of zuiver commerciële boodschappen gaat.

Amendement

(17) Ook de publicatie, ***promotie*** of verspreiding door andere actoren, ***zoals niet-gouvernementele organisaties, verenigingen of bedrijven***, van een boodschap die het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag ***op lokaal, nationaal of Unieniveau*** kan beïnvloeden, moet als politieke reclame worden aangemerkt. ***Dit moet tevens gelden in gevallen waarin uitgevers van politieke reclame optreden als opdrachtgevers van inhoud die zij zelf aanmaken of in het geval van commerciële reclame die hetzelfde effect kan sorteren. Commerciële reclame valt weliswaar in het algemeen buiten de werkingssfeer van deze verordening, maar kan ook van invloed zijn op het wetgevings- of regelgevingsproces of op het stemgedrag van personen in specifieke situaties, en moet ook als politieke reclame worden aangemerkt.*** Om te bepalen of de publicatie of verspreiding van een boodschap van invloed kan zijn op het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag, moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren, zoals de inhoud van de boodschap, ***de opdrachtgever, de herkomst van de opdrachtgever***, de taal waarin de

boodschap is gesteld, de context waarin de boodschap wordt overgebracht, het doel van de boodschap en de wijze waarop de boodschap wordt gepubliceerd of verspreid. Boodschappen over maatschappelijke of controversiële kwesties kunnen, naargelang het geval, van invloed zijn op het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag.

Amendement 11

Voorstel voor een verordening Overweging 17 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

(17 bis) Wanneer commerciële reclame bedoeld kan zijn en in staat is om het resultaat van een verkiezing, een referendum, een wet- of regelgevingsproces of stemgedrag te beïnvloeden, moet deze verordening van toepassing zijn.

Amendement 12

Voorstel voor een verordening Overweging 18

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

(18) Praktische informatie uit officiële bronnen over de organisatie en de voorwaarden voor deelname aan de verkiezingen of referenda moet niet als politieke reclame worden aangemerkt.

(18) Praktische informatie uit officiële bronnen over de organisatie en de voorwaarden voor deelname aan de verkiezingen of referenda moet niet als politieke reclame worden aangemerkt **indien die informatie alleen betrekking heeft op de organisatie van en de deelname aan verkiezingen of referenda.**

Amendement 13

Voorstel voor een verordening Overweging 19

Door de Commissie voorgestelde tekst

(19) **Politieke** standpunten die worden geuit in **lineaire** audiovisuele uitzendingen of in gedrukte media zonder dat daar een rechtstreekse betaling of gelijkwaardige vergoeding aan te pas komt, dienen niet onder deze verordening te vallen.

Amendement

(19) **De media dragen bij aan de goede werking van democratische processen en spelen een essentiële rol bij de vrijheid van meningsuiting en het recht op informatie, met name tijdens verkiezingsperioden. Zij bieden een ruimte voor publiek debat en dragen bij aan de vorming van de publieke opinie. Derhalve mag met deze verordening geen afbreuk worden gedaan aan de redactionele vrijheid van de media.** **Politieke** standpunten die worden geuit in **literaire werken, in programma's van audiovisuele media, waaronder lineaire en niet-lineaire** uitzendingen, of in gedrukte media zonder dat daar een rechtstreekse betaling of gelijkwaardige vergoeding aan te pas komt, dienen niet onder deze verordening te vallen.

Amendement 14

Voorstel voor een verordening Overweging 26

Door de Commissie voorgestelde tekst

(26) Om het brede scala van relevante dienstverleners die verband houden met politieke reclamediensten te bestrijken, moeten onder **aanbieders** van politieke reclamediensten **dienstverleners** worden begrepen die betrokken zijn bij de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van politieke reclame.

Amendement

(26) Om het brede scala van relevante dienstverleners die verband houden met politieke reclamediensten te bestrijken, moeten onder **de aanbieder** van politieke reclamediensten **alle leveranciers** worden begrepen die betrokken zijn bij de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van politieke reclame. **De ontvanger van de politieke reclameboodschap moet de hele distributieketen van de boodschap kunnen traceren om de precieze oorsprong te achterhalen van de boodschap, de auteur ervan en de tussenpersonen door wie de boodschap is doorgegeven.**

Amendement 15

Voorstel voor een verordening Overweging 29

Door de Commissie voorgestelde tekst

(29) De **transparantievereisten** van deze verordening dienen alleen van toepassing te zijn op politieke reclamediensten, dat wil zeggen politieke reclame die gewoonlijk wordt gemaakt tegen een vergoeding, welke een voordeel in natura kan omvatten. De transparantievereisten moeten niet van toepassing zijn op inhoud die wordt geüpload door een gebruiker van een online-tussenhandelsdienst, zoals een onlineplatform, en door de online tussenhandelsdienst wordt verspreid zonder tegenprestatie voor de plaatsing, publicatie of verspreiding voor de specifieke boodschap, tenzij de gebruiker door een derde partij voor de politieke reclameboodschap is vergoed.

Amendement

(29) De **transparantie- en zorgvuldigheidsvereisten** van deze verordening dienen alleen van toepassing te zijn op politieke reclamediensten, dat wil zeggen politieke reclame die gewoonlijk wordt gemaakt tegen een vergoeding, welke een voordeel in natura kan omvatten. De transparantievereisten moeten niet van toepassing zijn op inhoud die wordt geüpload door een gebruiker van een online-tussenhandelsdienst, zoals een onlineplatform, en door de online tussenhandelsdienst wordt verspreid zonder tegenprestatie voor de plaatsing, publicatie of verspreiding voor de specifieke boodschap, tenzij de gebruiker door een derde partij voor de politieke reclameboodschap is vergoed.

Amendement 16

Voorstel voor een verordening Overweging 30

Door de Commissie voorgestelde tekst

(30) De transparantievereisten mogen evenmin van toepassing zijn op het delen van informatie via elektronische-communicatiediensten zoals elektronische berichtendiensten of telefoongesprekken, zolang daarbij geen politieke reclamedienst betrokken is.

Amendement

(30) De transparantievereisten mogen evenmin van toepassing zijn op het delen van informatie via elektronische-communicatiediensten zoals elektronische berichtendiensten of telefoongesprekken, zolang daarbij geen politieke reclamedienst betrokken is. ***Wanneer een bericht wordt verzonden door of namens een politieke actor, bijvoorbeeld via elektronische berichten of via het gebruik van telefonische gesprekstechnieken, zoals voicemail, moeten de transparantievereisten ook van toepassing***

kunnen zijn.

Amendement 17

Voorstel voor een verordening Overweging 34

Door de Commissie voorgestelde tekst

(34) Aangezien het met name van belang is de doeltreffendheid van de **transparantievereisten** te waarborgen, onder meer door het toezicht te vergemakkelijken, moeten aanbieders van politieke reclamediensten ervoor zorgen dat de relevante informatie die zij verzamelen bij het verlenen van hun diensten, met inbegrip van de vermelding dat een reclameboodschap politiek is, wordt verstrekt aan de uitgevers van politieke reclame die de betrokken politieke reclame openbaar maakt. Om de efficiënte uitvoering van deze eis en de tijdige en nauwkeurige verstrekking van deze informatie te ondersteunen, moeten aanbieders van politieke reclamediensten de automatisering van de onderlinge toezending van deze informatie ondersteunen.

Amendement

(34) Aangezien het met name van belang is de doeltreffendheid van de **transparantie- en zorgvuldigheidsvereisten** te waarborgen, onder meer door het toezicht te vergemakkelijken, moeten aanbieders van politieke reclamediensten ervoor zorgen dat de relevante informatie die zij verzamelen bij het verlenen van hun diensten, met inbegrip van de vermelding dat een reclameboodschap politiek is, wordt verstrekt aan de uitgevers van politieke reclame die de betrokken politieke reclame openbaar maakt. Om de efficiënte uitvoering van deze eis en de tijdige en nauwkeurige verstrekking van deze informatie te ondersteunen, moeten aanbieders van politieke reclamediensten de automatisering van de onderlinge toezending van deze informatie ondersteunen.

Amendement 18

Voorstel voor een verordening Overweging 39

Door de Commissie voorgestelde tekst

(39) Deze informatie moet worden verstrekt in een transparantieverklaring, waarin ook de identiteit van de opdrachtgever moet worden vermeld, teneinde de verantwoordingsplicht in het politieke proces te bevorderen. Er moet duidelijk worden vermeld waar de opdrachtgever is gevestigd en of de opdrachtgever een natuurlijke persoon of

Amendement

(39) Deze informatie moet worden verstrekt in een transparantieverklaring, waarin ook de identiteit van de opdrachtgever moet worden vermeld, teneinde de verantwoordingsplicht in het politieke proces te bevorderen. Er moet duidelijk worden vermeld waar de opdrachtgever is gevestigd en of de opdrachtgever een natuurlijke persoon of

een rechtspersoon is. Persoonsgegevens van personen die betrokken zijn bij politieke reclame en die geen verband houden met de opdrachtgever of een andere betrokken politieke actor, mogen niet in de transparantieverklaring worden vermeld. Om de eerlijkheid van de verspreiding van de politieke reclame te waarborgen, moet de transparantieverklaring ook informatie bevatten over de verspreidingsperiode, de verkiezingen waarmee de reclameboodschap verband houdt, het bedrag besteed aan de specifieke reclameboodschap en de gehele reclamecampagne, alsook de waarde van andere voordelen die geheel of ten dele in ruil voor die boodschap en campagne zijn ontvangen, de bron van de gebruikte middelen en andere informatie. Informatie over de herkomst van de gebruikte middelen heeft bijvoorbeeld betrekking op de publieke of particuliere oorsprong ervan en op het feit of deze afkomstig zijn van binnen of buiten de Europese Unie. Informatie over de verkiezingen of referenda waarmee de reclame verband houdt, moet, indien mogelijk, een link bevatten naar informatie uit officiële bronnen over de organisatie van die verkiezingen of referenda en over de voorwaarden voor het deelnemen daaraan of voor het promoten van deelname. De transparantieverklaring moet daarnaast informatie bevatten over de wijze waarop politieke reclameboodschappen overeenkomstig de in deze verordening vastgestelde procedure kunnen worden gemeld. Deze vereiste mag geen afbreuk doen aan de bepalingen inzake kennisgeving die volgen uit de artikelen 14, 15 en 19 van Verordening (EU) 2021/XXX [wet inzake digitale diensten].

een rechtspersoon is. Persoonsgegevens van personen die betrokken zijn bij politieke reclame en die geen verband houden met de opdrachtgever of een andere betrokken politieke actor, mogen niet in de transparantieverklaring worden vermeld. Om de eerlijkheid van de verspreiding van de politieke reclame te waarborgen, moet de transparantieverklaring ook informatie bevatten over de verspreidingsperiode, de verkiezingen waarmee de reclameboodschap verband houdt, het bedrag besteed aan de specifieke reclameboodschap en de gehele reclamecampagne, alsook de waarde van andere voordelen die geheel of ten dele in ruil voor die boodschap en campagne zijn ontvangen, de bron van de gebruikte middelen en andere informatie. Informatie over de herkomst van de gebruikte middelen heeft bijvoorbeeld betrekking op de publieke of particuliere oorsprong ervan en op het feit of deze afkomstig zijn van binnen of buiten de Europese Unie. Informatie over de verkiezingen of referenda waarmee de reclame verband houdt, moet, indien mogelijk, een link bevatten naar informatie uit officiële bronnen over de organisatie van die verkiezingen of referenda en over de voorwaarden voor het deelnemen daaraan of voor het promoten van deelname.

Tijdens verkiezings- of referendumperiodes moet een dergelijke transparantieverklaring beschikbaar worden gesteld zodra de reclame wordt gepubliceerd of verspreid. Specifieke regels ter zake, met name wat de zorgvuldigheidsvereisten en de beschikbaarheid van een dergelijke transparantieverklaring betreft, moeten gelden voor zeer grote onlineplatforms in de zin van Verordening (EU) 2021/XXX [wet inzake digitale diensten]. Deze zeer grote onlineplatforms moeten de in de transparantieverklaring opgenomen informatie in realtime beschikbaar stellen en bijwerken, in een machineleesbaar

formaat dat analyse van de gegevens door alle relevante marktdeelnemers mogelijk maakt via het bij de onderhavige verordening ingestelde centraal Europees register voor transparantieverklaringen. De transparantieverklaring moet daarnaast informatie bevatten over de wijze waarop politieke reclameboodschappen overeenkomstig de in deze verordening vastgestelde procedure kunnen worden gemeld. Deze vereiste mag geen afbreuk doen aan de bepalingen inzake kennisgeving die volgen uit de artikelen 14, 15 en 19 van Verordening (EU) 2021/XXX [wet inzake digitale diensten]. ***De bevoegdheid handelingen vast te stellen overeenkomstig artikel 290 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie moet aan de Commissie worden overgedragen om de rechten en plichten van geregistreerde politieke entiteiten en zeer grote onlineplatforms te bepalen met betrekking tot de weergave van gerandomiseerde politieke reclameboodschappen .***

Amendement 19

Voorstel voor een verordening Overweging 40

Door de Commissie voorgestelde tekst

(40) ***De informatie die in de transparantieverklaring moet worden opgenomen, moet in de reclameboodschap zelf worden verstrekt of gemakkelijk te vinden zijn op basis van een in de reclameboodschap verstrekte aanwijzing.*** Het voorschrift dat de informatie over de transparantieverklaring onder meer duidelijk waarneembaar moet zijn, moet inhouden dat deze informatie duidelijk in of bij de reclameboodschap wordt weergegeven. Het voorschrift dat de in de transparantieverklaring gepubliceerde informatie gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar, indien technisch

Amendement

(40) ***Uitgevers van politieke reclame moeten ervoor zorgen dat iedere politieke reclameboodschap duidelijk vermeldt waar de transparantieverklaring gemakkelijk te vinden is. Het voorschrift dat de informatie over de transparantieverklaring duidelijk zichtbaar moet zijn, betekent dat deze informatie een prominente plaats moet krijgen in de reclameboodschap. Hierbij moet het mogelijk zijn om gebruik te maken van bijvoorbeeld een link naar een speciale webpagina, een quick responsecode (QR-code) of een ander, even duidelijk en gebruiksvriendelijk***

haalbaar, en gebruiksvriendelijk moet zijn, moet inhouden dat rekening wordt gehouden met de behoeften van personen met een handicap. Bijlage I bij Richtlijn 2019/882 (Europese toegankelijkheidswet) bevat toegankelijkheidsvoorschriften voor informatie, o.a. inzake digitale informatieverstrekking, waarvan gebruik zou moeten worden gemaakt om politieke informatie toegankelijk te maken voor personen met een handicap.

technisch middel. Het voorschrift dat de informatie over de transparantieverklaring onder meer duidelijk waarneembaar moet zijn, moet inhouden dat deze informatie duidelijk in of bij de reclameboodschap wordt weergegeven. Het voorschrift dat de in de transparantieverklaring gepubliceerde informatie gemakkelijk toegankelijk, machineleesbaar, indien technisch haalbaar, en gebruiksvriendelijk moet zijn, moet inhouden dat rekening wordt gehouden met de behoeften van personen met een handicap. Bijlage I bij Richtlijn 2019/882 (Europese toegankelijkheidswet) bevat toegankelijkheidsvoorschriften voor informatie, o.a. inzake digitale informatieverstrekking, waarvan gebruik zou moeten worden gemaakt om politieke informatie toegankelijk te maken voor personen met een handicap.

Amendement 20

Voorstel voor een verordening Overweging 41 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

(41 bis) *Om een geharmoniseerde aanpak van de publicatie van transparantieverklaringen te waarborgen, de algehele transparantie te vergroten, grensoverschrijdende politieke reclame verder te vergemakkelijken en de publicatiekosten voor uitgevers van politieke reclame te verminderen, moet door de Commissie een centraal Europees register voor transparantieverklaringen worden ontwikkeld, bijgewerkt en onderhouden, in breed overleg met relevante belanghebbenden en in het bijzonder met het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen. Het register moet ook een lijst van alle verkiezingsperioden bevatten, die door de lidstaten worden meegedeeld, alsmede een uniform mechanisme voor het melden van politieke reclame overeenkomstig de in*

deze verordening vastgestelde procedure. De kosten voor het ontwikkelen, bijwerken en onderhouden van het register moeten worden gedekt door een vergoeding die is gebaseerd op een deel van de inkomsten uit politieke reclameboodschappen ten gunste van uitgevers van politieke reclame. Met het oog op de vaststelling van een billijk niveau van bijdragen moet overeenkomstig artikel 290 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie aan de Commissie de bevoegdheid worden overgedragen om handelingen vast te stellen met betrekking tot de verdeelsleutel van die bijdragen.

Amendement 21

Voorstel voor een verordening Overweging 45

Door de Commissie voorgestelde tekst

(45) Uitgevers van politieke reclame die politieke reclamediensten aanbieden, moeten mechanismen invoeren waarmee personen hun kunnen melden dat een bepaalde politieke reclameboodschap die zij hebben gepubliceerd, niet in overeenstemming is met deze verordening. De mechanismen voor het melden van een dergelijke reclameboodschap moeten gemakkelijk toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn en worden aangepast aan de vorm van reclame die de uitgever van reclame verspreidt. Voor zover mogelijk moeten deze mechanismen vanuit de reclameboodschap zelf toegankelijk zijn, bijvoorbeeld op de website van de uitgever van reclame. Uitgevers van politieke reclame moeten in voorkomend geval kunnen gebruikmaken van bestaande mechanismen. Wanneer uitgevers van politieke reclame aanbieders van hostingdiensten in de zin van de wet inzake digitale diensten zijn met betrekking tot de politieke reclameboodschappen die

Amendement

(45) Uitgevers van politieke reclame die politieke reclamediensten aanbieden, moeten mechanismen invoeren waarmee personen hun kunnen melden dat een bepaalde politieke reclameboodschap die zij hebben gepubliceerd, niet in overeenstemming is met deze verordening. De mechanismen voor het melden van een dergelijke reclameboodschap moeten gemakkelijk toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn en worden aangepast aan de vorm van reclame die de uitgever van reclame verspreidt. Voor zover mogelijk moeten deze mechanismen vanuit de reclameboodschap zelf toegankelijk zijn, bijvoorbeeld op de website van de uitgever van reclame. Uitgevers van politieke reclame moeten in voorkomend geval kunnen gebruikmaken van bestaande mechanismen. Wanneer uitgevers van politieke reclame aanbieders van hostingdiensten in de zin van de wet inzake digitale diensten zijn met betrekking tot de politieke reclameboodschappen die

op verzoek van de ontvangers van hun diensten worden gehost, blijven de bepalingen van artikel 14 van de wet inzake digitale diensten van toepassing op kennisgevingen van niet-naleving van deze verordening in verband met dergelijke reclameboodschappen.

op verzoek van de ontvangers van hun diensten worden gehost, blijven de bepalingen van artikel 14 van de wet inzake digitale diensten van toepassing op kennisgevingen van niet-naleving van deze verordening in verband met dergelijke reclameboodschappen.

Zorgvuldigheidsmechanismen moeten met name in de context van verkiezingen of referenda worden versterkt, waarbij uitgevers van politieke reclame de betrokken opdrachtgevers of dienstverleners die namens hen optreden, in kennis moeten stellen van dergelijke meldingen, om feedback moeten vragen en moeten overgaan tot de verbetering of verwijdering van bepaalde items binnen 48 uur.

Amendement 22

Voorstel voor een verordening Overweging 49

Door de Commissie voorgestelde tekst

(49) Met het oog op meer transparantie en verantwoordingsplicht moeten de verwerkingsverantwoordelijken bij het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van politieke reclame die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, voor aanvullende waarborgen zorgen. Zij moeten een beleidsplan vaststellen en **uitvoeren** waarin wordt beschreven hoe dergelijke technieken worden gebruikt voor het targeten van afzonderlijke personen en het versterken van de impact, en een register van hun relevante activiteiten bijhouden. Bij het publiceren, promoten of verspreiden van politieke reclame waarvoor gebruik wordt gemaakt van targeting- en amplificatietechnieken, moeten verwerkingsverantwoordelijken samen met de politieke reclameboodschapper nuttige informatie verstrekken op grond waarvan de betrokkene de logica en de

Amendement

(49) Met het oog op meer transparantie en verantwoordingsplicht moeten de verwerkingsverantwoordelijken bij het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken in het kader van politieke reclame die gepaard gaan met de verwerking van persoonsgegevens, voor aanvullende waarborgen zorgen. Zij moeten een beleidsplan vaststellen, **uitvoeren** en **publiceren** waarin wordt beschreven hoe dergelijke technieken worden gebruikt voor het targeten van afzonderlijke personen en het versterken van de impact, en een **openbaar** register van hun relevante activiteiten bijhouden. Bij het publiceren, promoten of verspreiden van politieke reclame waarvoor gebruik wordt gemaakt van targeting- en amplificatietechnieken, moeten verwerkingsverantwoordelijken samen met de politieke reclameboodschapper nuttige informatie verstrekken op grond

belangrijkste kenmerken van de gebruikte targeting kan begrijpen en kan nagaan of er gebruik is gemaakt van gegevens van derden en van aanvullende analysetechnieken, zoals verdere optimalisering van het targeten van de reclameboodschap tijdens de levering.

waarvan de betrokkene de logica en de belangrijkste kenmerken van de gebruikte targeting kan begrijpen en kan nagaan of er gebruik is gemaakt van gegevens van derden en van aanvullende analysetechnieken, zoals verdere optimalisering van het targeten van de reclameboodschap tijdens de levering.

Amendement 23

Voorstel voor een verordening Overweging 55 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

(55 bis) Wanneer een bepaalde reclameboodschap niet in overeenstemming is met deze verordening, moeten personen middels de door de uitgever ingestelde mechanismen de betrokken advertentie kunnen signaleren. Indien deze mechanismen niet beschikbaar zijn, moeten personen een dergelijke politieke reclameboodschap rechtstreeks kunnen melden aan de bevoegde autoriteiten overeenkomstig deze verordening.

Amendement 24

Voorstel voor een verordening Overweging 56

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

(56) In het belang van een doeltreffend toezicht op deze verordening moeten de toezichthoudende autoriteiten de bevoegdheid krijgen om de relevante regels te monitoren en te handhaven. Afhankelijk van het rechtsstelsel van elke lidstaat en overeenkomstig het vigerende Unierecht, met inbegrip van Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2021/xxx [wet inzake digitale diensten], kunnen daartoe verschillende nationale

(56) In het belang van een doeltreffend toezicht op deze verordening moeten de toezichthoudende autoriteiten de bevoegdheid krijgen om de relevante regels te monitoren en te handhaven, **en moeten deze autoriteiten worden uitgerust met middelen die in verhouding staan tot dergelijke aanvullende bevoegdheden.** Afhankelijk van het rechtsstelsel van elke lidstaat en overeenkomstig het vigerende Unierecht, met inbegrip van Verordening

gerechtelijke of administratieve instanties worden aangewezen.

(EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2021/xxx [wet inzake digitale diensten], kunnen daartoe verschillende nationale gerechtelijke of administratieve instanties worden aangewezen.

Amendement 25

Voorstel voor een verordening Overweging 58

Door de Commissie voorgestelde tekst

(58) Voor het toezicht op de aspecten van deze verordening die niet krachtens Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/725 onder de bevoegdheid van de toezichhoudende autoriteiten vallen, moeten de lidstaten bevoegde autoriteiten aanwijzen. Om de eerbiediging van de grondrechten en fundamentele vrijheden, de rechtsstaat en de democratische beginselen alsook het vertrouwen van het publiek in het toezicht op politieke reclame te ondersteunen, is het noodzakelijk dat deze autoriteiten structureel onafhankelijk zijn, dat wil zeggen vrij van inmenging van buitenaf of politieke druk, en dat zij naar behoren bevoegd zijn om effectief toezicht te houden op, en de nodige maatregelen te nemen ter waarborging van, de naleving van deze verordening, met name wat betreft de verplichtingen uit hoofde van artikel 7. De lidstaten kunnen met name de in artikel 30 van Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad¹³ bedoelde nationale regulerende organen aanwijzen.

¹³ Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad van 10 maart 2010 betreffende de coördinatie van bepaalde

Amendement

(58) Voor het toezicht op de aspecten van deze verordening die niet krachtens Verordening (EU) 2016/679 en Verordening (EU) 2018/725 onder de bevoegdheid van de toezichhoudende autoriteiten vallen, moeten de lidstaten bevoegde autoriteiten aanwijzen ***om toezicht te houden op relevante regels en deze te handhaven, en moeten zij die autoriteiten voorzien van middelen die in verhouding staan tot dergelijke taken.*** Om de eerbiediging van de grondrechten en fundamentele vrijheden, de rechtsstaat en de democratische beginselen alsook het vertrouwen van het publiek in het toezicht op politieke reclame te ondersteunen, is het noodzakelijk dat deze autoriteiten structureel onafhankelijk zijn, dat wil zeggen vrij van inmenging van buitenaf of politieke druk, en dat zij naar behoren bevoegd zijn om effectief toezicht te houden op, en de nodige maatregelen te nemen ter waarborging van, de naleving van deze verordening, met name wat betreft de verplichtingen uit hoofde van artikel 7. De lidstaten kunnen met name de in artikel 30 van Richtlijn 2010/13/EU van het Europees Parlement en de Raad¹³ bedoelde nationale regulerende organen aanwijzen.

¹³ 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).

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).

Amendement 26

Voorstel voor een verordening Overweging 62

Door de Commissie voorgestelde tekst

(62) De lidstaten moeten voor de toepassing van deze verordening een contactpunt op het niveau van de Unie aanwijzen. Het contactpunt moet, **indien mogelijk**, lid zijn van het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen. Het contactpunt moet de samenwerking tussen de bevoegde autoriteiten van de lidstaten bij hun toezichts- en handhavingstaken vergemakkelijken, met name in overleg met de contactpunten in andere lidstaten en met de bevoegde autoriteiten in de eigen lidstaat.

Amendement

(62) De lidstaten moeten voor de toepassing van deze verordening een contactpunt op het niveau van de Unie aanwijzen. Het contactpunt moet lid zijn van het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen. Het contactpunt moet de samenwerking tussen de bevoegde autoriteiten van de lidstaten bij hun toezichts- en handhavingstaken vergemakkelijken, met name in overleg met de contactpunten in andere lidstaten en met de bevoegde autoriteiten in de eigen lidstaat.

Amendement 27

Voorstel voor een verordening Artikel 1 – lid 2

Door de Commissie voorgestelde tekst

2. Deze verordening is van toepassing op politieke reclame die wordt geproduceerd, geplaatst, gepubliceerd of verspreid in de Unie, of gericht is op particulieren in een of **meer** lidstaten, ongeacht de plaats van vestiging van de aanbieder van de reclamediensten en ongeacht de gebruikte middelen.

Amendement

2. Deze verordening is van toepassing op politieke reclame die wordt geproduceerd, geplaatst, **gepromoot**, gepubliceerd of verspreid in **een of meer lidstaten of op het niveau van** de Unie, of gericht is op particulieren in een of **meer** lidstaten **of op het niveau van de Unie**, ongeacht de plaats van vestiging van de aanbieder van de reclamediensten en ongeacht de gebruikte middelen.

Amendement 28

Voorstel voor een verordening Artikel 1 – lid 3 – punt b

Door de Commissie voorgestelde tekst

b) natuurlijke personen beschermen wat betreft de verwerking van persoonsgegevens.

Amendement

b) natuurlijke personen beschermen wat betreft de verwerking van persoonsgegevens **en hun grondrechten uit hoofde van het Unierecht, met inbegrip van de in het Handvest neergelegde rechten.**

Amendement 29

Voorstel voor een verordening Artikel 1 – lid 4 – punt g bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

g bis) Verordening (EU) 2016/679;

Amendement 30

Voorstel voor een verordening Artikel 1 – lid 4 – punt g ter (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

g ter) Verordening (EU) 2018/1725;

Amendement 31

Voorstel voor een verordening Artikel 2 – alinea 1 – punt 10

Door de Commissie voorgestelde tekst

10. “betrokken electoraat”: de populatie die stemgerechtigd is bij de verkiezingen of het referendum **in** de lidstaat waar een politieke reclameboodschap wordt verspreid, hetgeen het volledige electoraat van een lidstaat kan zijn;

Amendement

10. “betrokken electoraat”: de populatie die stemgerechtigd is bij de verkiezingen of het referendum **op het niveau van de Unie of in een** lidstaat waar een politieke reclameboodschap wordt verspreid, hetgeen het volledige electoraat **van de Unie of** van een lidstaat kan zijn;

Amendement 32

Voorstel voor een verordening Artikel 2 – alinea 2

Door de Commissie voorgestelde tekst

Uit officiële bronnen afkomstige berichten **over** de organisatie van en de voorwaarden voor deelname aan verkiezingen of referenda of ter bevordering van de deelname aan verkiezingen of referenda gelden voor de toepassing van de eerste alinea, punt 2), niet als politieke reclame.

Amendement

Uit officiële bronnen afkomstige berichten **die uitsluitend betrekking hebben op** de organisatie van en de voorwaarden voor deelname aan verkiezingen of referenda of ter bevordering van de deelname aan verkiezingen of referenda gelden voor de toepassing van de eerste alinea, punt 2), niet als politieke reclame.

Amendement 33

Voorstel voor een verordening Hoofdstuk II – titel

Door de Commissie voorgestelde tekst

**TRANSPARANTIEVERPLICHTINGEN
VOOR POLITIEKE
RECLAMEDIENSTEN**

Amendement

**TRANSPARANTIE- EN
ZORGVULDIGHEIDSVERP LICHTING
EN VOOR POLITIEKE
RECLAMEDIENSTEN**

Amendement 34

Voorstel voor een verordening Artikel 4 – titel

Door de Commissie voorgestelde tekst

Transparantie

Amendement

Transparantie **en zorgvuldigheid**

Amendement 35

Voorstel voor een verordening Artikel 4 – alinea 1 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

Politieke reclamediensden zijn alleen beschikbaar voor een opdrachtgever of een namens een opdrachtgever optredende dienstverlener, die burger van de Unie is, of voor een natuurlijke of rechtspersoon die in de Unie verblijft of gevestigd is.

Amendement 36

Voorstel voor een verordening Artikel 5 – lid 2

Door de Commissie voorgestelde tekst

2. Aanbieders van politieke reclamediensden zorgen ervoor dat in de contractuele regelingen voor het verstrekken van politieke reclame wordt gespecificeerd hoe de relevante bepalingen van deze verordening worden nageleefd.

Amendement

2. Aanbieders van politieke reclamediensden zorgen ervoor dat in de contractuele regelingen voor het verstrekken van politieke reclame wordt gespecificeerd hoe de relevante bepalingen van deze verordening, **met inbegrip van de bepalingen inzake zorgvuldigheid**, worden nageleefd **en hoe zij daarmee hun zorgvuldigheidsverplichtingen effectief kunnen nakomen. Dergelijke regelingen verlangen met name dat aanbieders van politieke reclamediensden die namens opdrachtgevers optreden, de in artikel 6, lid 1, bedoelde informatie verstrekken – waarbij zij ervoor zorgen dat deze juist en volledig is –, deze regelmatig bijwerken en eventuele foutieve informatie onverwijld verbeteren.**

Amendement 37

Voorstel voor een verordening Artikel 6 – lid 1 – punt a

Door de Commissie voorgestelde tekst

a) de politieke reclameboodschap of de politieke reclamecampagne waarmee de dienst(en) verband houdt of houden;

Amendement

a) de politieke reclameboodschap of de politieke reclamecampagne **en, indien van toepassing, de desbetreffende verkiezing of het desbetreffende referendum** waarmee de dienst(en)

verband houdt of houden;

Amendement 38

Voorstel voor een verordening Artikel 6 – lid 1 – punt b bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

b bis) de targetingstechnieken die bij het verlenen van de dienst worden gebruikt;

Amendement 39

Voorstel voor een verordening Artikel 6 – lid 2

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

2. De in lid 1 bedoelde informatie wordt schriftelijk **bewaard; dit kan ook** in elektronische vorm **plaatsvinden**. Deze informatie wordt bewaard gedurende een periode van vijf jaar vanaf de datum van de laatste productie, plaatsing, publicatie of verspreiding, al naar gelang van het geval.

2. De in lid 1 bedoelde informatie wordt schriftelijk **en** in elektronische vorm **bewaard**. Deze informatie wordt bewaard gedurende een periode van **ten minste** vijf jaar vanaf de datum van de laatste productie, plaatsing, publicatie of verspreiding, al naar gelang van het geval.

Amendement 40

Voorstel voor een verordening Artikel 7 – lid 1 – alinea 1 – punt b

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

b) de identiteit van de opdrachtgever van de politieke reclameboodschap en de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever;

b) de identiteit van de opdrachtgever van de politieke reclameboodschap, **met, in voorkomend geval, voor Europese of nationale partijen het logo van de overeenkomstige Europese politieke entiteit** en de entiteit die uiteindelijk zeggenschap heeft over de opdrachtgever;

Amendement 41

Voorstel voor een verordening

Artikel 7 – lid 1 – alinea 1 – punt c

Door de Commissie voorgestelde tekst

c) een transparantieverklaring om de bredere context van de politieke reclame en de doelstellingen ervan duidelijk te maken, of een duidelijke aanduiding van de plaats waar deze gemakkelijk te vinden is.

Amendement

c) een transparantieverklaring om de bredere context van de politieke reclame en de doelstellingen ervan duidelijk te maken, of een duidelijke aanduiding van de plaats waar deze **online** gemakkelijk te vinden is.

Amendement 42

Voorstel voor een verordening

Artikel 7 – lid 2 – punt a

Door de Commissie voorgestelde tekst

a) de identiteit van de opdrachtgever **en diens contactgegevens**;

Amendement

a) de identiteit van de opdrachtgever;

Amendement 43

Voorstel voor een verordening

Artikel 7 – lid 2 – punt c

Door de Commissie voorgestelde tekst

c) op basis van onder meer informatie die overeenkomstig artikel 6, lid 3, is ontvangen, informatie over de totale uitgaven of andere voordelen die geheel of ten dele zijn ontvangen in ruil voor de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van **de** desbetreffende reclameboodschap en, in voorkomend geval, van de politieke reclamecampagne, en de bronnen daarvan;

Amendement

c) op basis van onder meer informatie die overeenkomstig artikel 6, lid 3, is ontvangen, informatie over de totale uitgaven of andere voordelen die geheel of ten dele zijn ontvangen in ruil voor de productie, plaatsing, promotie, publicatie en verspreiding van **elke** desbetreffende reclameboodschap en, in voorkomend geval, van de politieke reclamecampagne, en de bronnen daarvan;

Amendement 44

Voorstel voor een verordening

Artikel 7 – lid 2 – punt e bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

e bis) in voorkomend geval, alle criteria

*van de targeting- en
amplificatietechnieken die worden
toegepast;*

Amendement 45

Voorstel voor een verordening Artikel 7 – lid 2 – punt e ter (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

*e ter) indien van toepassing, het aantal
standpunten en toezeggingen;*

Amendement 46

Voorstel voor een verordening Artikel 7 – lid 6

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

6. Uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van artikel 25 van Verordening (EU) 2021/xxx [de DSA] zorgen ervoor dat *in de door hen overeenkomstig artikel 30 van die verordening [wet inzake digitale diensten]* ter beschikking *gestelde registers* voor elke *geregistreeerde* politieke reclameboodschap *de in lid 2 bedoelde informatie ter beschikking wordt gesteld.*

6. Uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van artikel 25 van Verordening (EU) 2021/xxx [de DSA] zorgen ervoor dat de *in lid 2 bedoelde informatie* ter beschikking *wordt gesteld* voor elke politieke reclameboodschap in *het centraal Europees register voor politieke reclame.*

Amendement 47

Voorstel voor een verordening Artikel 7 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

Artikel 7 bis

*Centraal Europees register voor politieke
reclame*

*1. Met het oog op de publicatie van
de transparantieverklaringen
overeenkomstig artikel 6 gaat de*

Commissie over tot het oprichten, ontwikkelen, bijwerken en onderhouden van een centraal Europees register voor politieke reclame, waarin alle politieke reclameboodschappen worden opgenomen ongeacht de verkiezingsperiode.

2. Dit register bevat een lijst van de campagnes en verkiezingsperiodes die de lidstaten overeenkomstig artikel 17 hebben meegedeeld. Het maakt het in voorkomend geval mogelijk elke transparantieverklaring rechtstreeks te koppelen aan elke relevante verkiezing, elk relevant referendum of elke relevante campagne, en biedt ook de mogelijkheid om transparantieverklaringen systematisch te downloaden in de vorm van een gebruiksvriendelijke gegevensverzameling.

Amendement 48

Voorstel voor een verordening Artikel 9 – lid 1

Door de Commissie voorgestelde tekst

1. Wanneer zij politieke reclamediensten aanbieden, stellen de uitgevers van politieke reclame in waarmee personen hun kosteloos kunnen melden dat een bepaalde door hen gepubliceerde reclameboodschap niet in overeenstemming is met deze verordening.

Amendement

1. Wanneer zij politieke reclamediensten aanbieden, stellen de uitgevers van politieke reclame **mechanismen** in waarmee personen hun kosteloos **en anoniem** kunnen melden dat een bepaalde door hen gepubliceerde reclameboodschap niet in overeenstemming is met deze verordening.

Amendement 49

Voorstel voor een verordening Artikel 9 – lid 4 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

4 bis. Wanneer de in lid 1 bedoelde mechanismen niet beschikbaar zijn,

maken de bevoegde autoriteiten van de lidstaten het voor personen mogelijk om aan hen rechtstreeks en kosteloos te melden dat een bepaalde reclameboodschap niet aan deze verordening voldoet. De lidstaten wijzen een centrale autoriteit aan die bevoegd is om dergelijke meldingen te ontvangen en te verwerken.

Amendement 50

Voorstel voor een verordening

Artikel 11 – lid 5

Door de Commissie voorgestelde tekst

5. Wanneer verzoeken uit hoofde van lid 1 kennelijk ongegrond, onduidelijk of buitensporig zijn, met name wegens gebrek aan duidelijkheid, kan de dienstverlener weigeren te antwoorden. In dat geval stuurt de betrokken dienstverlener een met redenen omkleed antwoord naar de belanghebbende entiteit die het verzoek heeft gedaan.

Amendement

5. Wanneer verzoeken uit hoofde van lid 1 kennelijk ongegrond, onduidelijk of buitensporig zijn, met name wegens gebrek aan duidelijkheid, *of wanneer er sprake is van herhaalde verzoeken*, kan de dienstverlener weigeren te antwoorden. In dat geval stuurt de betrokken dienstverlener een met redenen omkleed antwoord naar de belanghebbende entiteit die het verzoek heeft gedaan.

Amendement 51

Voorstel voor een verordening

Artikel 11 bis (nieuw)

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

Artikel 11 bis

Publicatie van een gerandomiseerde reeks gestandaardiseerde politieke reclameboodschappen van politieke entiteiten door zeer grote onlineplatforms tijdens de verkiezingen voor het Europees Parlement

1. Zeer grote onlineplatforms in de zin van artikel 25 van Verordening (EU) 2021/xxx [de DSA], die zich bezighouden met het aanbieden van politieke

reclamediensten in het kader van de verkiezingen voor het Europees Parlement, plaatsen gerandomiseerde politieke reclameboodschappen in een speciale, direct zichtbare en gemakkelijk toegankelijke rubriek, overeenkomstig het beginsel van gelijke toegang. Deze dienst wordt verleend tegen een vergoeding die niet hoger is dan de door de aanbieders gemaakte kosten.

2. De in dit artikel bedoelde politieke reclameboodschappen worden ingediend door geregistreerde politieke entiteiten en in een gestandaardiseerd formaat, dat door elk zeer groot onlineplatform wordt bepaald in overeenstemming met specifieke criteria op basis van zijn regels voor het weergeven van politieke reclameboodschappen, en bevatten een verwijzing naar de transparantieverklaring in overeenstemming met de in artikel 11 vastgestelde criteria, alsmede statistieken over het aantal in lid 1 bedoelde indieningen, samen met de respectieve politieke reclameboodschap waarop de desbetreffende indiening betrekking heeft. Deze reclameboodschappen worden opgeslagen in het bij artikel 7 bis ingestelde centraal Europees register voor politieke reclame.

3. Alleen geregistreerde politieke entiteiten die voldoen aan de regels inzake registratie voor de verkiezingen voor het Europees Parlement in hun respectieve kiesdistrict en Europese politieke partijen als gedefinieerd in Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014, hebben het recht de in dit artikel bedoelde politieke reclameboodschappen bij de relevante zeer grote onlineplatforms in te dienen.

4. De in dit verband door zeer grote onlineplatforms toegepaste targetingcriteria worden beperkt tot de strikt noodzakelijke criteria om gebruikers te kunnen koppelen aan hun potentiële kiesdistrict en omvatten alleen de

verblijfplaats en de taal.

5. Andere targeting- of amplificatietechnieken in het kader van de publicatie van een gerandomiseerde reeks gestandaardiseerde politieke reclameboodschappen van politieke entiteiten zijn verboden.

6. De in dit artikel bedoelde politieke reclameboodschappen mogen alleen worden getoond gedurende de 15 dagen voorafgaand aan de verkiezingen.

7. Via de onlineplatforms worden geen gegevens verzameld over de gebruikers aan wie de in dit artikel bedoelde politieke reclameboodschappen worden getoond, noch over de aandacht die de gebruikers aan dergelijke reclame besteden.

8. Er wordt toegezien op een redelijke minimale zichtbaarheid voor elke geregistreerde politieke entiteit. Electorale entiteiten kunnen meer zichtbaarheid krijgen naargelang hun resultaten bij de laatste en voorlaatste verkiezingen voor het Europees Parlement en hun vertegenwoordiging op EU-, nationaal, regionaal en lokaal niveau. De onderlinge verhouding in zichtbaarheid tussen de geregistreerde politieke entiteiten mag niet meer bedragen dan 1:5.

9. De Commissie stelt overeenkomstig artikel 19 gedelegeerde handelingen vast tot aanvulling van deze verordening door het definiëren van de rechten en plichten van geregistreerde politieke entiteiten en zeer grote onlineplatforms met betrekking tot de toepassing van dit artikel op het weergeven van gerandomiseerde politieke reclameboodschappen.

Amendement 52

Voorstel voor een verordening Artikel 13 bis (nieuw)

Artikel 13 bis

**Risicobeoordeling,
risicobeperkingsmaatregelen en
onafhankelijke audit**

1. Uitgevers van politieke reclame die zeer grote onlineplatforms zijn in de zin van artikel 25 van Verordening (EU) 2022/xxx [de DSA], identificeren vanaf de in artikel 20, lid 2, vermelde datum waarop deze verordening van toepassing wordt, en ten minste eenmaal per jaar, alle significante systeemrisico's die voortvloeien uit hun interne beleid inzake politieke reclame, met inbegrip van het gebruik van targeting- en amplificatietechnieken. Deze risicobeoordeling spitst zich toe op de diensten die zij verlenen en omvat de volgende risico's:

a) het risico van bestaande verificatiesystemen voor de identificatie van echte opdrachtgevers en aanbieders van reclamediensten die optreden namens opdrachtgevers die politieke reclameboodschappen plaatsen of uitbrengen;

b) risico's van zowel onjuiste informatie als desinformatie, waaronder verboden manipulatieve handelingen en praktijken, risico's van buitenlandse manipulatie van informatie en inmenging in hun diensten, die van invloed kunnen zijn op de integriteit van verkiezingsprocessen;

c) risico's in verband met de aanmaak en het gebruik van accounts waarmee wordt deelgenomen aan gecoördineerd niet-authentiek gedrag en gebruikersgedrag dat erop gericht is het bereik van of gepercipieerde publieke steun voor desinformatie kunstmatig te vergroten;

d) risico's voor de uitoefening van de

grondrechten inzake de eerbiediging van het privéleven en van het familie- en gezinsleven, de bescherming van persoonsgegevens, de vrijheid van meningsuiting en van informatie en non-discriminatie, zoals verankerd in respectievelijk de artikelen 7, 8, 11 en 21 van het Handvest;

2. Zeer grote onlineplatforms treffen redelijke, evenredige en doeltreffende risicobeperkingsmaatregelen, op maat van de specifieke systemische risico's die overeenkomstig lid 1 zijn geïdentificeerd. Dergelijke maatregelen kunnen, naast de in artikel 27 van Verordening (EU) 2022/xxx [de DSA] genoemde maatregelen, in voorkomend geval bestaan in een aanscherping van hun zorgvuldigheidsprocedures ten aanzien van reclame die met name tijdens een verkiezingsperiode wordt gepubliceerd of verspreid, om ervoor te zorgen dat misleidende of onjuiste informatie in de transparantieverklaringen onverwijld en volledig wordt verbeterd of dat de publicatie of verspreiding van de betrokken politieke reclameboodschap wordt opgeschort.

3. Zeer grote onlineplatforms worden, op hun kosten en ten minste één keer per jaar, onderworpen aan audits om na te gaan of de uit de leden 1 en 2 voortvloeiende verplichtingen worden nageleefd. De leden 2, 3 en 4 van artikel 28 van Verordening (EU) 2022/xxx [de DSA] zijn van toepassing op de kenmerken van de organisaties die de audit uitvoeren, de structuur van het verslag en de opvolging van de daarin vervatte aanbevelingen.

Amendement 53

**Voorstel voor een verordening
Artikel 14 – lid 1**

Door de Commissie voorgestelde tekst

1. Dienstverleners die wel politieke reclamediensten aanbieden in de Unie, maar daar geen vestiging hebben, wijzen schriftelijk een natuurlijke persoon of rechtspersoon aan als hun wettelijke vertegenwoordiger in een van de lidstaten waar de dienstverlener zijn diensten aanbiedt.

Amendement

1. Dienstverleners die wel politieke reclamediensten aanbieden in de Unie, maar daar geen vestiging hebben, wijzen schriftelijk een natuurlijke persoon of rechtspersoon aan als hun wettelijke vertegenwoordiger in een van de lidstaten waar de dienstverlener zijn diensten aanbiedt. ***Zij geven de identiteit en contactgegevens van hun wettelijke vertegenwoordiger door aan het Europees samenwerkingsnetwerk voor verkiezingen. De lidstaten houden een openbaar toegankelijk register bij van alle wettelijke vertegenwoordigers die uit hoofde van deze verordening op hun grondgebied zijn geregistreerd.***

Amendement 54

**Voorstel voor een verordening
Artikel 15 – lid 7 bis (nieuw)**

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

7 bis. Het contactpunt stelt een inventaris op en maakt na afloop van de verkiezingen een analyse van de politieke reclameboodschappen die tijdens de verkiezingsperiode zijn weergegeven. Binnen zes maanden na de verkiezingsdatum publiceert het deze gegevens.

Amendement 55

**Voorstel voor een verordening
Artikel 17 – alinea 1**

Door de Commissie voorgestelde tekst

Amendement

De lidstaten publiceren de data van hun nationale verkiezingsperioden op een gemakkelijk toegankelijke plaats, met een passende verwijzing naar deze

De lidstaten publiceren de data van hun nationale verkiezingsperioden op een gemakkelijk toegankelijke plaats, met een passende verwijzing naar deze

verordening.

verordening. ***Zij geven deze informatie door aan de Commissie, die deze in het centraal Europees register voor politieke reclame openbaar maakt.***

Amendement 56

Voorstel voor een verordening Artikel 19 – lid 2

Door de Commissie voorgestelde tekst

2. De in artikel 7, lid 8, en artikel 12, lid 8, bedoelde bevoegdheid om gedelegeerde handelingen vast te stellen, wordt aan de Commissie toegekend voor een termijn van [tot de evaluatie van de toepassing van deze verordening, twee jaar na de volgende verkiezingen voor het Europees Parlement].

Amendement

2. De in artikel 7, lid 8, ***artikel 7 bis, lid 5, artikel 11 bis, lid 9***, en artikel 12, lid 8, bedoelde bevoegdheid om gedelegeerde handelingen vast te stellen, wordt aan de Commissie toegekend voor een termijn van [tot de evaluatie van de toepassing van deze verordening, twee jaar na de volgende verkiezingen voor het Europees Parlement].

**BIJLAGE: LIJST VAN ENTITEITEN OF PERSONEN
WAARVAN OF VAN WIE DE RAPPORTEUR VOOR ADVIES INFORMATIE HEEFT
ONTVANGEN**

De volgende lijst is op zuiver vrijwillige basis en onder exclusieve verantwoordelijkheid van de rapporteur voor advies opgesteld. De rapporteur heeft bij de opstelling van het ontwerpadvies informatie ontvangen van de volgende entiteiten of personen:

Entiteit en/of persoon
Verbindingsbureau van Transparency International van de Europese Unie (TR 501222919-71)
Meta Platforms Ireland Limited en haar dochterondernemingen (TR 28666427835-74)

PROCEDURE VAN DE ADVISERENDE COMMISSIE

Titel	Transparantie en gerichte politieke reclame
Document- en procedurenummers	COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD)
Bevoegde commissie Datum bekendmaking	IMCO 13.12.2021
Advies uitgebracht door Datum bekendmaking	AFCO 13.12.2021
Rapporteur voor advies Datum benoeming	Daniel Freund 20.6.2022
Behandeling in de commissie	1.9.2022
Datum goedkeuring	17.10.2022
Uitslag eindstemming	+: 22 -: 6 0: 0
Bij de eindstemming aanwezige leden	Gerolf Annemans, Gabriele Bischoff, Damian Boeselager, Włodzimierz Cimoszewicz, Gwendoline Delbos-Corfield, Salvatore De Meo, Pascal Durand, Daniel Freund, Sandro Gozi, Laura Huhtasaari, Zdzisław Krasnodębski, Victor Negrescu, Giuliano Pisapia, Paulo Rangel, Antonio Maria Rinaldi, Helmut Scholz, Sven Simon, László Trócsányi, Guy Verhofstadt, Loránt Vincze
Bij de eindstemming aanwezige vaste plaatsvervangers	Vladimír Bilčík, Nathalie Colin-Oesterlé, Alin Mituța
Bij de eindstemming aanwezige plaatsvervangers (art. 209, lid 7)	Isabel García Muñoz, Manolis Kefalogiannis, Petros Kokkalis, Nicola Procaccini, Nacho Sánchez Amor

HOOFDELIJKE EINDSTEMMING IN DE ADVISERENDE COMMISSIE

22	+
PPE	Vladimír Bilčík, Nathalie Colin Oesterlé, Salvatore De Meo, Manolis Kefalogiannis, Paulo Rangel, Sven Simon, Loránt Vincze
Renew	Pascal Durand, Sandro Gozi, Alin Mituța, Guy Verhofstadt
S&D	Gabriele Bischoff, Włodzimierz Cimoszewicz, Isabel García Muñoz, Victor Negrescu, Giuliano Pisapia, Nacho Sánchez Amor
The Left	Petros Kokkalis, Helmut Scholz
Verts/ALE	Damian Boeselager, Gwendoline Delbos Corfield, Daniel Freund

6	-
ECR	Zdzisław Krasnodębski, Nicola Procaccini
ID	Gerolf Annemans, Laura Huhtasaari, Antonio Maria Rinaldi
NI	László Trócsányi

0	0
xx	xx

Verklaring van de gebruikte tekens:

+ : voor

- : tegen

0 : onthouding