



2021/0381(COD)

18.10.2022

AVIZ

al Comisiei pentru afaceri constituționale

destinat Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor

referitor la propunerea de regulament al Parlamentului European și al
Consiliului privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea
politică
(COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))

Raportor pentru aviz: Daniel Freund

PA_Legam

JUSTIFICARE SUCCINTĂ

În contextul sensibil al publicității politice, raportorul pentru aviz consideră că este necesar să se sporească transparența normelor și să se clarifice domeniul lor de aplicare, consolidând totodată mecanismele de salvagardare și reducând incertitudinile cu privire la conformitate.

Proiectul de raport propune elaborarea unui registru unic european de publicitate politică, creat și gestionat de Comisie, ale cărui costuri să fie acoperite de o taxă proporțională cu utilizarea sa și cu veniturile generate de publicitatea politică, IMM-urile fiind scutite. Acest lucru ar trebui să reducă costurile de asigurare a conformității și să sporească transparența pieței publicității politice, inclusiv pentru cercetători.

Majoritatea statelor membre prevăd dispoziții care le oferă candidaților sau partidelor posibilitatea de a avea acces liber și proporțional la mass-media tradițională în timpul campaniilor electorale. Având în vedere tranziția către mass-media neliniară, cum ar fi platformele sociale, raportorul pentru aviz consideră că, în timpul alegerilor pentru Parlamentul European, platformele online foarte mari ar trebui să aibă obligația de a afișa în mod gratuit un număr limitat de anunțuri publicitare politice. Acest lucru ar trebui să se bazeze pe principiul accesului egal și să le ofere vizibilitate proporțională entităților electorale înregistrate în mod corespunzător în contextul acestor alegeri.

Textul legislativ ar trebui, de asemenea, să clarifice domeniul de aplicare al activităților care constituie publicitate politică – prin urmare, atât publicitatea generată și promovată de același actor, cât și publicitatea comercială care ar putea avea un impact în special asupra comportamentului normativ, legislativ și electoral ar trebui să se califice drept publicitate politică și să facă obiectul reglementării. Pe de altă parte, ar trebui clarificat faptul că numai activitățile care vizează exclusiv informarea cetățenilor cu privire la alegerile respective ar trebui să fie exceptate.

Contextul complex al publicității politice impune garanții suplimentare. Astfel, pe lângă dispozițiile generale din Actul legislativ privind serviciile digitale referitoare la evaluarea și atenuarea riscurilor, ar trebui consolidate măsuri specifice de precauție. Un raționament similar se aplică în cazul normelor de protecție a datelor, în special în privința utilizării tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic, dar și a urmării interacțiunilor utilizatorului cu anunțurile publicitare politice. De asemenea, ar trebui clarificat faptul că actorii care monitorizează și asigură respectarea acestor norme ar trebui să dispună de resurse suficiente pentru a-și îndeplini sarcinile în mod eficient.

AMENDAMENTE

Comisia pentru afaceri constituționale recomandă Comisiei pentru piața internă și protecția consumatorilor, care este comisie competentă, să ia în considerare următoarele amendamente:

Amendamentul 1

Propunere de regulament

Considerentul 4

Textul propus de Comisie

(4) Necesitatea de a asigura transparența este un obiectiv public legitim, în conformitate cu valorile comune ale UE și ale statelor sale membre prevăzute la articolul 2 din Tratatul privind Uniunea Europeană („TUE”). Nu este întotdeauna ușor pentru cetățeni să recunoască materialele publicitare politice și să își exercite drepturile democratice în cunoștință de cauză. Este necesar un nivel ridicat de transparență, printre altele, pentru a sprijini o dezbatere politică deschisă și echitabilă și alegeri sau referendumuri libere și corecte și pentru a combate dezinformarea și ingerințele ilegale, inclusiv din străinătate. Publicitatea politică poate fi un vector de dezinformare, în special atunci când nu se dezvoltă caracterul politic al acesteia și publicul-țintă vizat. Dacă publicitatea politică este transparentă, alegătorii pot să înțeleagă mai bine, atunci când li se prezintă un material publicitar politic, în numele cui se difuzează materialul publicitar și modul în care sunt vizați de un furnizor de servicii de publicitate, fiind astfel capabili într-o măsură mai mare să își exprime opțiunea de vot în cunoștință de cauză.

Amendamentul

(4) Necesitatea de a asigura transparența este un obiectiv public legitim, ***astfel cum s-a evidențiat și în raportul privind rezultatele finale ale Conferinței privind viitorul Europei, publicat la 9 mai 2022***, în conformitate cu valorile comune ale UE și ale statelor sale membre prevăzute la articolul 2 din Tratatul privind Uniunea Europeană („TUE”), ***care rămân sub incidența drepturilor recunoscute în special la articolul 16 din TFUE și la articolul 8 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene (denumită în continuare „Carta”), care conferă oricărei persoane dreptul la protecția datelor cu caracter personal care o privesc***. Nu este întotdeauna ușor pentru cetățeni să recunoască materialele publicitare politice și să își exercite drepturile democratice în cunoștință de cauză. Este necesar un nivel ridicat de transparență ***și de diligență***, printre altele, pentru a sprijini o dezbatere politică deschisă și echitabilă și alegeri sau referendumuri libere și corecte și pentru a combate dezinformarea și ingerințele ilegale, inclusiv din străinătate. Publicitatea politică poate fi un vector de dezinformare, în special atunci când nu se dezvoltă caracterul politic al acesteia și publicul-țintă vizat. Dacă publicitatea politică este transparentă, alegătorii pot să înțeleagă mai bine, atunci când li se prezintă un material publicitar politic, în numele cui se difuzează materialul publicitar și modul în care sunt vizați de un furnizor de servicii de publicitate, fiind astfel capabili într-o măsură mai mare să își exprime opțiunea de vot în cunoștință de cauză. ***La punerea în aplicare a acestor cerințe de transparență, autoritățile publice ar trebui să respecte în orice moment drepturile fundamentale, inclusiv libertatea de exprimare a actorilor politici instituționali***

și societali în cauză.

Amendamentul 2

Propunere de regulament Considerentul 5

Textul propus de Comisie

(5) În contextul publicității politice se utilizează frecvent tehnici de vizare a unui public-țintă. Prin tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic ar trebui să se înțeleagă tehnicile care sunt utilizate fie pentru a adresa un material publicitar politic personalizat numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, fie pentru a spori circulația, raza de acțiune sau audiența unui material publicitar politic. Având în vedere puterea și potențialul de utilizare abuzivă a datelor cu caracter personal în tehnicile de vizare a unui public-țintă, inclusiv prin microvizarea unui public-țintă și alte tehnici avansate, astfel de tehnici pot reprezenta amenințări specifice la adresa intereselor publice legitime, cum ar fi echitatea, egalitatea de șanse și transparența procesului electoral, precum și dreptul fundamental de a fi informat într-un mod obiectiv, transparent și pluralist.

Amendamentul 3

Propunere de regulament Considerentul 6

Textul propus de Comisie

(6) Publicitatea politică este în prezent reglementată în mod eterogen în statele membre, și, în multe cazuri, reglementările în vigoare tind să se concentreze asupra mass-mediei tradiționale. Există restricții

Amendamentul

(5) În contextul publicității politice se utilizează frecvent tehnici de vizare a unui public-țintă. Prin tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic ar trebui să se înțeleagă tehnicile care sunt utilizate fie pentru a adresa un material publicitar politic personalizat numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, fie pentru a spori circulația, raza de acțiune sau audiența unui material publicitar politic. Având în vedere puterea și potențialul de utilizare abuzivă a datelor cu caracter personal în tehnicile de vizare a unui public-țintă, inclusiv prin microvizarea unui public-țintă și alte tehnici avansate, astfel de tehnici pot reprezenta amenințări specifice la adresa intereselor publice legitime, cum ar fi echitatea, ***libertatea de exprimare, protejarea resortisanților UE care locuiesc în străinătate***, egalitatea de șanse și transparența procesului electoral, precum și dreptul fundamental de a fi informat într-un mod obiectiv, transparent și pluralist.

specifice, inclusiv în ceea ce privește furnizarea transfrontalieră de servicii de publicitate politică. Unele state membre interzic furnizorilor de servicii din UE stabiliți în alte state membre să presteze servicii de natură politică sau cu scop politic în timpul perioadelor electorale. În același timp, este probabil *ca* în *unele* state membre *să existe lacune și deficiențe* în legislația *națională*, ceea ce poate duce uneori la difuzarea de publicitate politică fără a se ține seama de normele naționale relevante, existând riscuri ca obiectivul reglementării transparenței în publicitatea politică să fie subminat.

specifice, inclusiv în ceea ce privește furnizarea transfrontalieră de servicii de publicitate politică, *care afectează direct capacitatea de a desfășura campanii politice la nivel transfrontalier și paneuropean*. Unele state membre interzic furnizorilor de servicii din UE stabiliți în alte state membre să presteze servicii de natură politică sau cu scop politic în timpul perioadelor electorale. În același timp, este probabil *să existe lacune și deficiențe* în *legislația națională a unor* state membre, *precum* și în legislația *Uniunii*, ceea ce poate duce uneori la difuzarea de publicitate politică fără a se ține seama de normele naționale relevante, existând riscuri ca obiectivul reglementării transparenței în publicitatea politică să fie subminat.

Amendamentul 4

Propunere de regulament Considerentul 9

Textul propus de Comisie

(9) În acest context, este probabil ca furnizorii de servicii de publicitate politică să fie descurajați să își furnizeze serviciile în situații transfrontaliere. Acest lucru este valabil în special pentru microîntreprinderi și IMM-uri, care adesea nu dispun de resursele necesare pentru a absorbi sau a transfera costurile ridicate de asigurare a conformității legate de pregătirea, plasarea, publicarea sau difuzarea publicității politice în mai multe state membre. Acest lucru limitează disponibilitatea serviciilor și are un impact negativ asupra posibilității ca furnizorii de servicii să inoveze și să ofere campanii multimodale și multinaționale în cadrul pieței interne.

Amendamentul

(9) În acest context, este probabil ca furnizorii de servicii de publicitate politică să fie descurajați să își furnizeze serviciile în situații transfrontaliere. Acest lucru este valabil în special pentru microîntreprinderi și IMM-uri, care adesea nu dispun de resursele necesare pentru a absorbi sau a transfera costurile ridicate de asigurare a conformității legate de pregătirea, plasarea, publicarea sau difuzarea publicității politice în mai multe state membre. Acest lucru limitează disponibilitatea serviciilor și are un impact negativ asupra posibilității ca furnizorii de servicii să inoveze și să ofere campanii multimodale și multinaționale în cadrul pieței interne *și constituie un obstacol în calea creării unei sfere publice cu adevărat paneuropene*.

Amendamentul 5

Propunere de regulament Considerentul 10

Textul propus de Comisie

(10) Prin urmare, ar trebui să se asigure un nivel ridicat și consecvent de transparență a publicității politice în întreaga Uniune atunci când se furnizează servicii de publicitate politică, prevenindu-se existența unor divergențe care împiedică libera circulație a serviciilor conexe în cadrul pieței interne prin stabilirea unor obligații uniforme de transparență pentru furnizorii de servicii de publicitate politică și garantându-se protecția uniformă a drepturilor persoanelor și supravegherea în întreaga piață internă în temeiul articolului 114 din TFUE.

Amendamentul

(10) Prin urmare, ar trebui să se asigure un nivel ridicat și consecvent de transparență a publicității politice în întreaga Uniune atunci când se furnizează servicii de publicitate politică, prevenindu-se existența unor divergențe care împiedică libera circulație a serviciilor conexe în cadrul pieței interne prin stabilirea unor obligații uniforme de transparență **și de diligență** pentru furnizorii de servicii de publicitate politică și garantându-se protecția uniformă a drepturilor persoanelor și supravegherea în întreaga piață internă în temeiul articolului 114 din TFUE. ***Astfel de obligații ar trebui să prevadă, de asemenea, un set consecvent de cerințe privind diligența care să fie pertinente pentru contextul publicității politice.***

Amendamentul 6

Propunere de regulament Considerentul 11

Textul propus de Comisie

(11) Statele membre nu ar trebui să mențină sau să introducă în legislația lor internă dispoziții diferite de cele stabilite în prezentul regulament, în special dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, care ar genera niveluri diferite de transparență în publicitatea politică. Armonizarea deplină a cerințelor de transparență legate de publicitatea politică sporește securitatea juridică și reduce fragmentarea obligațiilor pe care furnizorii de servicii le îndeplinesc în contextul publicității politice.

Amendamentul

(11) Statele membre nu ar trebui să mențină sau să introducă în legislația lor internă dispoziții diferite de cele stabilite în prezentul regulament, în special dispoziții mai mult sau mai puțin stricte, care ar genera niveluri diferite de transparență **și de diligență** în publicitatea politică. Armonizarea deplină a cerințelor de transparență legate de publicitatea politică sporește securitatea juridică și reduce fragmentarea obligațiilor pe care furnizorii de servicii le îndeplinesc în contextul publicității politice.

Amendamentul 7

Propunere de regulament Considerentul 14

Textul propus de Comisie

(14) Regulamentul ar trebui să prevadă cerințe armonizate de transparență care să fie aplicabile actorilor economici ce furnizează servicii de publicitate politică și servicii conexe (adică activități care sunt furnizate în mod normal în schimbul unei remunerații); aceste servicii constau în special în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea publicității politice. Normele din prezentul regulament care prevăd un nivel ridicat de transparență a serviciilor de publicitate politică se bazează pe articolul 114 din TFUE. Prezentul regulament ar trebui, de asemenea, să abordeze utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în contextul publicării, difuzării sau promovării publicității politice care implică utilizarea datelor cu caracter personal. Normele din prezentul regulament care se referă la utilizarea tehnicii de vizare a unui public-țintă și a celei de amplificare a impactului unui material publicitar politic se bazează pe articolul 16 din TFUE. Publicitatea politică adresată persoanelor dintr-un stat membru **ar trebui să includă** publicitatea pregătită, plasată sau publicată integral de furnizori de servicii stabiliți în afara Uniunii, dar difuzată persoanelor fizice din Uniune. Pentru a stabili dacă un material publicitar politic este adresat persoanelor dintr-un stat membru, ar trebui să se țină seama de factori care leagă acel material de statul membru respectiv, inclusiv de limba, contextul, obiectivul materialului și mijloacele sale de difuzare.

Amendamentul

(14) Regulamentul ar trebui să prevadă cerințe armonizate de transparență **și de diligență** care să fie aplicabile actorilor economici ce furnizează servicii de publicitate politică și servicii conexe (adică activități care sunt furnizate în mod normal în schimbul unei remunerații); aceste servicii constau în special în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea publicității politice. Normele din prezentul regulament care prevăd un nivel ridicat de transparență a serviciilor de publicitate politică se bazează pe articolul 114 din TFUE. Prezentul regulament ar trebui, de asemenea, să abordeze utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic în contextul publicării, difuzării sau promovării publicității politice care implică utilizarea datelor cu caracter personal. Normele din prezentul regulament care se referă la utilizarea tehnicii de vizare a unui public-țintă și a celei de amplificare a impactului unui material publicitar politic se bazează pe articolul 16 din TFUE. ***Cerințele respective privind transparența și diligența ar trebui să se aplice fără a aduce atingere*** ***Regulamentului (UE) 2016/679, dar ar trebui ca în prezentul regulament să poată fi prevăzute condiții și norme mai stricte privind prelucrarea datelor cu caracter personal în contextul specific al publicității politice.*** Publicitatea politică adresată persoanelor dintr-un stat membru **include** publicitatea pregătită, plasată sau publicată integral de furnizori de servicii stabiliți în afara Uniunii, dar difuzată persoanelor fizice din Uniune. Pentru a

stabili dacă un material publicitar politic este adresat persoanelor dintr-un stat membru, ar trebui să se țină seama de factori care leagă acel material de statul membru respectiv, inclusiv de limba, contextul, obiectivul materialului și mijloacele sale de difuzare.

Amendamentul 8

Propunere de regulament Considerentul 15

Textul propus de Comisie

(15) Nu există nicio definiție a publicității politice sau a materialelor publicitare politice la nivelul Uniunii. Este necesară o definiție comună pentru a stabili domeniul de aplicare al obligațiilor de transparență armonizate și al normelor privind vizarea unui public-țintă și amplificarea impactului unui material publicitar politic. Această definiție ar trebui să acopere numeroasele forme pe care le poate lua publicitatea politică, precum și orice mijloace și modalități de publicare sau difuzare în cadrul Uniunii, indiferent dacă *sursa se află* în Uniune sau într-o țară terță.

Amendamentul

(15) Nu există nicio definiție a publicității politice sau a materialelor publicitare politice la nivelul Uniunii. Este necesară o definiție comună pentru a stabili domeniul de aplicare al obligațiilor de transparență armonizate și al normelor privind vizarea unui public-țintă și amplificarea impactului unui material publicitar politic. Această definiție ar trebui să acopere numeroasele forme pe care le poate lua publicitatea politică, precum și orice mijloace și modalități de publicare sau difuzare în cadrul Uniunii, indiferent dacă *furnizorul de servicii sau sponsorul este stabilit* în Uniune sau într-o țară terță.

.

Amendamentul 9

Propunere de regulament Considerentul 16

Textul propus de Comisie

(16) Definiția publicității politice ar trebui să includă publicitatea publicată sau difuzată direct sau indirect de către sau pentru un actor politic ori în numele acestuia. Întrucât materialele publicitare difuzate de către, pentru sau în numele

Amendamentul

(16) Definiția publicității politice ar trebui să includă publicitatea publicată, *promovată* sau difuzată direct sau indirect de către sau pentru un actor politic ori în numele acestuia. Întrucât materialele publicitare difuzate de către, pentru sau în

unui actor politic nu pot fi separate de activitatea lor în calitate de actor politic, se poate presupune că acestea sunt de natură să influențeze dezbateră politică, cu excepția mesajelor pur private sau pur comerciale.

numele unui actor politic nu pot fi separate de activitatea lor în calitate de actor politic, se poate presupune că acestea sunt de natură să influențeze dezbateră politică, cu excepția mesajelor pur private sau pur comerciale.

Amendamentul 10

Propunere de regulament Considerentul 17

Textul propus de Comisie

(17) Publicarea sau difuzarea de către alți actori a unui mesaj care este de natură să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot ar trebui, de asemenea, să constituie publicitate politică. Pentru a stabili dacă publicarea sau difuzarea unui mesaj este de natură să influențeze rezultatul unei alegeri sau al unui referendum, un proces legislativ sau de reglementare sau un comportament de vot, ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți, cum ar fi conținutul mesajului, limba utilizată pentru transmiterea mesajului, contextul în care este transmis mesajul, obiectivul mesajului și mijloacele prin care acesta este publicat sau difuzat. Mesajele privind aspecte societale sau controversate pot, după caz, să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.

Amendamentul

(17) Publicarea, **promovarea** sau difuzarea de către alți actori, ***cum ar fi asociațiile, societățile sau organizațiile neguvernamentale***, a unui mesaj care este de natură să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot ***la nivel local și național și la nivelul Uniunii ar trebui, de asemenea, să constituie publicitate politică. Acest lucru ar trebui să se aplice și în situațiile în care editorii de publicitate politică acționează în calitate de sponsori ai unui conținut pe care ei înșiși îl generează sau în cazul publicității comerciale care este susceptibilă să producă același efect. Chiar dacă publicitatea comercială nu face parte în general din domeniul de aplicare al prezentului regulament, și ea poate să afecteze procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot al persoanelor fizice în anumite situații și*** ar trebui, de asemenea, să constituie publicitate politică. Pentru a stabili dacă publicarea sau difuzarea unui mesaj este de natură să influențeze rezultatul unei alegeri sau al unui referendum, un proces legislativ sau de reglementare sau un comportament de vot, ar trebui să se țină seama de toți factorii relevanți, cum ar fi conținutul mesajului, ***sponsorul, originea sponsorului***, limba utilizată pentru transmiterea mesajului, contextul în care

este transmis mesajul, obiectivul mesajului și mijloacele prin care acesta este publicat sau difuzat. Mesajele privind aspecte societale sau controversate pot, după caz, să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.

Amendamentul 11

Propunere de regulament

Considerentul 17 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(17a) Prezentul regulament ar trebui să se aplice în cazul în care publicitatea comercială poate fi concepută și este de natură să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, procesul legislativ sau de reglementare sau comportamentul de vot.

Amendamentul 12

Propunere de regulament

Considerentul 18

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(18) Informațiile practice, din surse oficiale, privind organizarea și modalitățile de participare la alegeri sau referendumuri nu ar trebui să fie considerate publicitate politică.

(18) Informațiile practice, din surse oficiale, privind organizarea și modalitățile de participare la alegeri sau referendumuri nu ar trebui să fie considerate publicitate politică ***dacă informațiile respective se referă doar la organizarea alegerilor sau a referendumurilor și la participarea la acestea.***

Amendamentul 13

Propunere de regulament

Considerentul 19

Textul propus de Comisie

(19) **Opiniile** politice exprimate în programele audiovizuale liniare sau publicate în presa scrisă fără plată directă sau remunerație echivalentă nu ar trebui să intre sub incidența prezentului regulament.

Amendamentul

(19) **Mijloacele de informare în masă contribuie la buna funcționare a proceselor democratice și joacă un rol esențial în libertatea de exprimare și în dreptul la informare, în special în perioadele electorale. Acestea oferă un spațiu de dezbatere publică și contribuie la formarea opiniei publice. Prin urmare, prezentul regulament nu ar trebui să afecteze libertatea editorială a mass-mediei. Opiniile politice exprimate în operele literare sau în programele mass-mediei audiovizuale, inclusiv în transmisiunile liniare și neliniare, sau publicate în presa scrisă fără plată directă sau remunerație echivalentă nu ar trebui să intre sub incidența prezentului regulament.**

Amendamentul 14

**Propunere de regulament
Considerentul 26**

Textul propus de Comisie

(26) Pentru a acoperi gama largă de furnizori relevanți de servicii legate de serviciile de publicitate politică, noțiunea de **furnizori** de servicii de publicitate politică ar trebui să fie înțeleasă ca **incluzând furnizorii implicați** în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea de publicitate politică.

Amendamentul

(26) Pentru a acoperi gama largă de furnizori relevanți de servicii legate de serviciile de publicitate politică, noțiunea de **furnizor** de servicii de publicitate politică ar trebui să fie înțeleasă ca **referindu-se la orice furnizor implicat** în pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea de publicitate politică. **Destinatarul materialului publicitar politic ar trebui să poată urmări întregul lanț de distribuție a mesajului pentru a-i descoperi originea exactă, autorul și intermediarii.**

Amendamentul 15

**Propunere de regulament
Considerentul 29**

Textul propus de Comisie

(29) Normele privind transparența prevăzute în prezentul regulament ar trebui să se aplice numai serviciilor de publicitate politică, și anume publicității politice care este furnizată în mod normal contra unei remunerații, care poate fi și o prestație în natură. Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice conținutului încărcat de un utilizator al unui serviciu intermediar online, cum ar fi o platformă online, și difuzat de către serviciul intermediar online fără o contraprestație pentru plasarea, publicarea sau difuzarea mesajului specific, cu excepția cazului în care utilizatorul a fost remunerat de un terț pentru materialul publicitar politic.

Amendamentul

(29) Normele privind transparența **și diligența** prevăzute în prezentul regulament ar trebui să se aplice numai serviciilor de publicitate politică, și anume publicității politice care este furnizată în mod normal contra unei remunerații, care poate fi și o prestație în natură. Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice conținutului încărcat de un utilizator al unui serviciu intermediar online, cum ar fi o platformă online, și difuzat de către serviciul intermediar online fără o contraprestație pentru plasarea, publicarea sau difuzarea mesajului specific, cu excepția cazului în care utilizatorul a fost remunerat de un terț pentru materialul publicitar politic.

Amendamentul 16

**Propunere de regulament
Considerentul 30**

Textul propus de Comisie

(30) Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice nici schimbului de informații prin intermediul serviciilor de comunicații electronice, cum ar fi serviciile de mesaje electronice sau apelurile telefonice, atât timp cât nu este implicat niciun serviciu de publicitate politică.

Amendamentul

(30) Cerințele de transparență nu ar trebui să se aplice nici schimbului de informații prin intermediul serviciilor de comunicații electronice, cum ar fi serviciile de mesaje electronice sau apelurile telefonice, atât timp cât nu este implicat niciun serviciu de publicitate politică. ***Aplicarea cerințelor privind transparența ar trebui să fie posibilă și dacă un mesaj este trimis de un actor politic sau în numele acestuia, de exemplu prin expedierea mesajelor electronice sau utilizarea tehnicilor de apel telefonic, cum ar fi mesageria vocală.***

Amendamentul 17

**Propunere de regulament
Considerentul 34**

Textul propus de Comisie

(34) Având în vedere importanța garantării, în special, a eficacității cerințelor de transparență, inclusiv prin facilitarea controlului respectării acestora, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să se asigure că informațiile relevante pe care le colectează în cadrul furnizării serviciilor lor, inclusiv indicația că un material publicitar este de natură politică, îi sunt furnizate editorului de publicitate politică care aduce materialul publicitar politic în atenția publicului. Pentru a sprijini punerea în aplicare eficientă a acestei cerințe și furnizarea corectă și la timp a acestor informații, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să sprijine automatizarea transmiterii de informații între furnizorii de servicii de publicitate politică.

Amendamentul

(34) Având în vedere importanța garantării, în special, a eficacității cerințelor de transparență **și de diligență**, inclusiv prin facilitarea controlului respectării acestora, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să se asigure că informațiile relevante pe care le colectează în cadrul furnizării serviciilor lor, inclusiv indicația că un material publicitar este de natură politică, îi sunt furnizate editorului de publicitate politică care aduce materialul publicitar politic în atenția publicului. Pentru a sprijini punerea în aplicare eficientă a acestei cerințe și furnizarea corectă și la timp a acestor informații, furnizorii de servicii de publicitate politică ar trebui să sprijine automatizarea transmiterii de informații între furnizorii de servicii de publicitate politică.

Amendamentul 18

Propunere de regulament Considerentul 39

Textul propus de Comisie

(39) Aceste informații ar trebui furnizate într-o notificare privind transparența, care ar trebui să includă, de asemenea, identitatea sponsorului, pentru a sprijini posibilitatea tragerii la răspundere în procesul politic. Ar trebui indicat în mod clar locul de rezidență sau de stabilire al sponsorului și dacă sponsorul este o persoană fizică sau juridică. Datele cu caracter personal privind persoanele implicate în publicitatea politică care nu au legătură cu sponsorul sau cu alți actori politici implicați nu ar trebui furnizate în notificarea privind transparența. Notificarea privind transparența ar trebui să conțină, de asemenea, informații privind perioada de difuzare, eventualele alegeri cu

Amendamentul

(39) Aceste informații ar trebui furnizate într-o notificare privind transparența, care ar trebui să includă, de asemenea, identitatea sponsorului, pentru a sprijini posibilitatea tragerii la răspundere în procesul politic. Ar trebui indicat în mod clar locul de rezidență sau de stabilire al sponsorului și dacă sponsorul este o persoană fizică sau juridică. Datele cu caracter personal privind persoanele implicate în publicitatea politică care nu au legătură cu sponsorul sau cu alți actori politici implicați nu ar trebui furnizate în notificarea privind transparența. Notificarea privind transparența ar trebui să conțină, de asemenea, informații privind perioada de difuzare, eventualele alegeri cu

care are legătură, suma cheltuită și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru materialul publicitar specific, precum și pentru întreaga campanie publicitară, sursa fondurilor utilizate și alte informații pentru a asigura echitatea difuzării materialelor publicitare politice. Informațiile privind sursa fondurilor utilizate se referă, de exemplu, la originea publică sau privată a acestora și la faptul că provin din interiorul sau din afara Uniunii Europene. În informațiile privind alegerile sau referendumurile cu care are legătură materialul publicitar politic ar trebui să se includă, atunci când este posibil, un link către informațiile provenite din surse oficiale cu privire la organizarea și modalitățile de participare sau de promovare a participării la aceste alegeri sau referendumuri. Notificarea privind transparența ar trebui să includă, de asemenea, informații cu privire la modul de marcare a materialelor publicitare politice în conformitate cu procedura stabilită în prezentul regulament. Această cerință nu ar trebui să aducă atingere dispozițiilor privind notificarea prevăzute la articolele 14, 15 și 19 din Regulamentul (UE) 2021/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale].

care are legătură, suma cheltuită și valoarea altor beneficii primite parțial sau integral pentru materialul publicitar specific, precum și pentru întreaga campanie publicitară, sursa fondurilor utilizate și alte informații pentru a asigura echitatea difuzării materialelor publicitare politice. Informațiile privind sursa fondurilor utilizate se referă, de exemplu, la originea publică sau privată a acestora și la faptul că provin din interiorul sau din afara Uniunii Europene. În informațiile privind alegerile sau referendumurile cu care are legătură materialul publicitar politic ar trebui să se includă, atunci când este posibil, un link către informațiile provenite din surse oficiale cu privire la organizarea și modalitățile de participare sau de promovare a participării la aceste alegeri sau referendumuri. ***În perioada alegerilor sau a referendumurilor, o astfel de notificare privind transparența ar trebui să fie pusă la dispoziție de îndată ce materialul publicitar este publicat sau difuzat. Normele specifice în acest sens, în special în ceea ce privește cerințele de diligență și disponibilitatea unui astfel de anunț de transparență, ar trebui să se aplice în cazul platformelor online foarte mari în sensul Regulamentului (UE) 2021/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale]. Aceste platforme online foarte mari ar trebui să pună la dispoziție informațiile incluse în notificarea privind transparența și să le actualizeze în timp real și într-un format care să poată fi citit automat și care să le ofere tuturor actorilor relevanți din sector posibilitatea de a analiza prin intermediul registrului european unic al notificărilor privind transparența instituit prin prezentul regulament.*** Notificarea privind transparența ar trebui să includă, de asemenea, informații cu privire la modul de marcare a materialelor publicitare politice în conformitate cu procedura stabilită în prezentul regulament. Această cerință nu ar trebui să aducă atingere dispozițiilor

privind notificarea prevăzute la articolele 14, 15 și 19 din Regulamentul (UE) 2021/XXX [Actul legislativ privind serviciile digitale]. **Competența de a adopta acte, în conformitate cu articolul 290 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, ar trebui delegată Comisiei pentru a defini drepturile și obligațiile entităților politice înregistrate și ale platformelor online foarte mari în ceea ce privește afișarea publicității politice aleatorii.**

Amendamentul 19

Propunere de regulament Considerentul 40

Textul propus de Comisie

(40) **Informațiile care trebuie incluse** în notificarea privind transparența ar trebui să fie **furnizate chiar** în materialul publicitar sau să poată **fi accesate cu ușurință pe baza unei indicații furnizate în material**. Cerința ca informațiile referitoare la notificarea privind transparența să fie, printre altele, perceptibile în mod clar ar trebui să implice faptul că acestea sunt plasate într-un mod care le face ușor de observat în materialul publicitar sau împreună cu acesta. Cerința ca informațiile publicate în notificarea privind transparența să fie ușor accesibile, citibile automat atunci când acest este posibil din punct de vedere tehnic și ușor de utilizat ar trebui să implice abordarea nevoilor persoanelor cu dizabilități. Anexa I la Directiva 2019/882 (Actul european privind accesibilitatea) conține cerințe de accesibilitate pentru informații, inclusiv informațiile digitale, care ar trebui utilizate pentru a face informațiile privind publicitatea politică accesibile persoanelor cu dizabilități.

Amendamentul

(40) **Editorii de publicitate politică ar trebui să se asigure că fiecare material publicitar politic conține o indicație clară privind locul în care ar putea fi accesată cu ușurință notificarea privind transparența. Cerința ca informațiile referitoare la** notificarea privind transparența **să fie perceptibile în mod clar înseamnă că acestea** ar trebui să fie **plasate într-un mod care le face ușor de observat** în materialul publicitar. **În acest sens, ar trebui să se poată folosi, de exemplu, un link specific către o pagină web, un cod QR sau măsuri tehnice echivalente clare și ușor de utilizat.** Cerința ca informațiile referitoare la notificarea privind transparența să fie, printre altele, perceptibile în mod clar ar trebui să implice faptul că acestea sunt plasate într-un mod care le face ușor de observat în materialul publicitar sau împreună cu acesta. Cerința ca informațiile publicate în notificarea privind transparența să fie ușor accesibile, citibile automat atunci când acest este posibil din punct de vedere tehnic și ușor de utilizat ar trebui să implice abordarea nevoilor persoanelor cu dizabilități. Anexa I la

Directiva 2019/882 (Actul european privind accesibilitatea) conține cerințe de accesibilitate pentru informații, inclusiv informațiile digitale, care ar trebui utilizate pentru a face informațiile privind publicitatea politică accesibile persoanelor cu dizabilități.

Amendamentul 20

Propunere de regulament Considerentul 41 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(41a) Pentru a garanta o abordare armonizată în ceea ce privește publicarea notificărilor privind transparența, a spori transparența generală, a facilita și mai mult publicitatea politică transfrontalieră și a reduce costurile de publicare pentru editorii de publicitate politică, Comisia ar trebui să elaboreze, să actualizeze și să întrețină un registru european unic al notificărilor privind transparența, în consultare amplă cu părțile interesate pertinente, în special cu Rețeaua europeană de cooperare privind alegerile. Registrul ar trebui să cuprindă și o listă a tuturor perioadelor electorale, care ar urma să fie comunicate de statele membre, precum și un mecanism unificat de raportare a materialelor publicitare politice, în conformitate cu procedura stabilită în prezentul regulament. Costurile corespunzătoare dezvoltării, actualizării și întreținerii registrului ar trebui să fie acoperite de o taxă calculată pe baza unei părți din veniturile generate de materialele publicitare politice în beneficiul editorilor de publicitate politică. În vederea stabilirii unor contribuții echitabile, competența de a adopta acte în conformitate cu articolul 290 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene ar trebui delegată Comisiei în ceea ce privește

Amendamentul 21

Propunere de regulament

Considerentul 45

Textul propus de Comisie

(45) Editorii de publicitate politică care furnizează servicii de publicitate politică ar trebui să instituie mecanisme care să le permită persoanelor să le raporteze că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament. Mecanismele de raportare a acestor materiale publicitare ar trebui să fie ușor de accesat și de utilizat și ar trebui adaptate la forma de publicitate distribuită de editorul de publicitate. Pe cât posibil, aceste mecanisme ar trebui să fie accesibile chiar din materialul publicitar în cauză, de exemplu pe site-ul web al editorului de publicitate. Editorii de publicitate politică ar trebui să se poată baza pe mecanismele existente, după caz. În cazul în care editorii de publicitate politică sunt furnizori de servicii de găzduire în sensul Actului legislativ privind serviciile digitale, în ceea ce privește publicitatea politică găzduită la cererea destinatarilor serviciilor lor, dispozițiile articolului 14 din Actul legislativ privind serviciile digitale continuă să se aplice în cazul notificărilor privind neconformitatea unor astfel de materiale publicitare cu prezentul regulament.

Amendamentul

(45) Editorii de publicitate politică care furnizează servicii de publicitate politică ar trebui să instituie mecanisme care să le permită persoanelor să le raporteze că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament. Mecanismele de raportare a acestor materiale publicitare ar trebui să fie ușor de accesat și de utilizat și ar trebui adaptate la forma de publicitate distribuită de editorul de publicitate. Pe cât posibil, aceste mecanisme ar trebui să fie accesibile chiar din materialul publicitar în cauză, de exemplu pe site-ul web al editorului de publicitate. Editorii de publicitate politică ar trebui să se poată baza pe mecanismele existente, după caz. În cazul în care editorii de publicitate politică sunt furnizori de servicii de găzduire în sensul Actului legislativ privind serviciile digitale, în ceea ce privește publicitatea politică găzduită la cererea destinatarilor serviciilor lor, dispozițiile articolului 14 din Actul legislativ privind serviciile digitale continuă să se aplice în cazul notificărilor privind neconformitatea unor astfel de materiale publicitare cu prezentul regulament. ***Ar trebui consolidate, în special în contextul alegerilor sau al referendumurilor, mecanismele de diligență, în virtutea cărora editorii de publicitate politică ar trebui să le notifice sponsorilor sau furnizorilor de servicii pertinente care acționează în numele lor orice astfel de raportare, dar și să solicite feedback și să corecteze sau să elimine anumite elemente în termen de 48 de ore.***

Amendamentul 22

Propunere de regulament Considerentul 49

Textul propus de Comisie

(49) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii ar trebui să aplice garanții suplimentare pentru a se asigura un grad sporit de transparență și de asumare a răspunderii. Aceștia ar trebui să adopte **și** să pună în aplicare o politică ce descrie utilizarea unor astfel de tehnici de vizare a anumitor persoane sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic și să țină evidența activităților lor relevante. Atunci când publică, promovează sau difuzează un material publicitar politic care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic, operatorii ar trebui să furnizeze, împreună cu publicitatea politică, informații relevante pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri utilizați în acțiunile de vizare a unui public-țintă, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare, inclusiv dacă vizarea unui public-țintă în ceea ce privește materialul publicitar politic a fost optimizată în continuare pe parcursul transmiterii materialului.

Amendamentul 23

Propunere de regulament Considerentul 55 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(49) Atunci când utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar în contextul publicității politice care implică prelucrarea datelor cu caracter personal, operatorii ar trebui să aplice garanții suplimentare pentru a se asigura un grad sporit de transparență și de asumare a răspunderii. Aceștia ar trebui să adopte, să pună în aplicare **și să publice** o politică ce descrie utilizarea unor astfel de tehnici de vizare a anumitor persoane sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic și să țină **în mod public** evidența activităților lor relevante. Atunci când publică, promovează sau difuzează un material publicitar politic care utilizează tehnici de vizare a unui public-țintă și de amplificare a impactului unui material publicitar politic, operatorii ar trebui să furnizeze, împreună cu publicitatea politică, informații relevante pentru a-i permite persoanei în cauză să înțeleagă logica utilizată și principalii parametri utilizați în acțiunile de vizare a unui public-țintă, precum și dacă s-au folosit date provenite de la terți și tehnici analitice suplimentare, inclusiv dacă vizarea unui public-țintă în ceea ce privește materialul publicitar politic a fost optimizată în continuare pe parcursul transmiterii materialului.

(55a) În cazul în care un anumit

material publicitar nu respectă prezentul regulament, ar trebui ca mecanismele puse la dispoziție de furnizor să le ofere persoanelor posibilitatea de a semnală materialul publicitar respectiv. Dacă aceste mecanisme nu sunt disponibile, ar trebui ca persoanele să semnaleze materialele publicitare politice în cauză direct autorităților competente, în conformitate cu prezentul regulament.

Amendamentul 24

Propunere de regulament Considerentul 56

Textul propus de Comisie

(56) În interesul unei supravegheri eficace a punerii în aplicare a prezentului regulament, este necesar să se încredințeze autorităților de supraveghere competența de a monitoriza și de a asigura respectarea normelor relevante. În funcție de sistemul juridic al fiecărui stat membru și în conformitate cu legislația existentă a Uniunii, inclusiv cu Regulamentul (UE) 2016/679 și cu Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], pot fi desemnate diferite autorități judiciare sau administrative naționale în acest sens.

Amendamentul

(56) În interesul unei supravegheri eficace a punerii în aplicare a prezentului regulament, este necesar să se încredințeze autorităților de supraveghere competența de a monitoriza și de a asigura respectarea normelor relevante **și să le fie furnizate autorităților respective resurse proporționale cu aceste competențe suplimentare**. În funcție de sistemul juridic al fiecărui stat membru și în conformitate cu legislația existentă a Uniunii, inclusiv cu Regulamentul (UE) 2016/679 și cu Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], pot fi desemnate diferite autorități judiciare sau administrative naționale în acest sens.

Amendamentul 25

Propunere de regulament Considerentul 58

Textul propus de Comisie

(58) Pentru supravegherea aspectelor din prezentul regulament care nu intră în sfera de competență a autorităților de supraveghere în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 și al Regulamentului (UE)

Amendamentul

(58) Pentru supravegherea aspectelor din prezentul regulament care nu intră în sfera de competență a autorităților de supraveghere în temeiul Regulamentului (UE) 2016/679 și al Regulamentului (UE)

2018/725, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente. Pentru a sprijini respectarea drepturilor și libertăților fundamentale, a statului de drept, a principiilor democratice și a încrederii publicului în supravegherea publicității politice, este necesar ca aceste autorități să fie independente din punct de vedere structural față de intervenții externe sau față de presiuni politice și să fie abilitate în mod corespunzător să monitorizeze efectiv și să ia măsurile necesare pentru a asigura respectarea prezentului regulament, în special a obligațiilor prevăzute la articolul 7. Statele membre pot desemna, în special, autoritățile sau organismele naționale de reglementare prevăzute la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului¹³.

¹³ 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).

Amendamentul 26

Propunere de regulament Considerentul 62

Textul propus de Comisie

(62) Statele membre ar trebui să desemneze un punct de contact la nivelul Uniunii în sensul prezentului regulament. ***Dacă este posibil***, punctul de contact ar trebui să fie membru al Rețelei europene de

2018/725, statele membre ar trebui să desemneze autorități competente ***pentru monitorizarea și asigurarea respectării normelor pertinente și să le furnizeze resurse proporționale cu aceste sarcini***. Pentru a sprijini respectarea drepturilor și libertăților fundamentale, a statului de drept, a principiilor democratice și a încrederii publicului în supravegherea publicității politice, este necesar ca aceste autorități să fie independente din punct de vedere structural față de intervenții externe sau față de presiuni politice și să fie abilitate în mod corespunzător să monitorizeze efectiv și să ia măsurile necesare pentru a asigura respectarea prezentului regulament, în special a obligațiilor prevăzute la articolul 7. Statele membre pot desemna, în special, autoritățile sau organismele naționale de reglementare prevăzute la articolul 30 din Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului¹³.

¹³ 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).

Amendamentul

(62) Statele membre ar trebui să desemneze un punct de contact la nivelul Uniunii în sensul prezentului regulament. Punctul de contact ar trebui să fie membru al Rețelei europene de cooperare în materie

cooperare în materie de alegeri. Punctul de contact ar trebui să faciliteze cooperarea dintre statele membre la nivel de autorități competente în ceea ce privește sarcinile lor de supraveghere și de asigurare a respectării legislației, în special prin activități de intermediere cu punctele de contact din alte state membre și cu autoritățile competente din statele membre.

de alegeri. Punctul de contact ar trebui să faciliteze cooperarea dintre statele membre la nivel de autorități competente în ceea ce privește sarcinile lor de supraveghere și de asigurare a respectării legislației, în special prin activități de intermediere cu punctele de contact din alte state membre și cu autoritățile competente din statele membre.

Amendamentul 27

Propunere de regulament Articolul 1 – alineatul 2

Textul propus de Comisie

2. Prezentul regulament se aplică publicității politice care este pregătită, plasată, promovată, publicată sau difuzată **în Uniune** sau care este adresată unor persoane dintr-unul sau mai multe state membre, indiferent de locul de stabilire al furnizorului de servicii de publicitate și indiferent de mijloacele utilizate.

Amendamentul

2. Prezentul regulament se aplică publicității politice care este pregătită, plasată, promovată, publicată sau difuzată **într-unul sau mai multe state membre sau la nivelul Uniunii** sau care este adresată unor persoane dintr-unul sau mai multe state membre **sau de la nivelul Uniunii**, indiferent de locul de stabilire al furnizorului de servicii de publicitate și indiferent de mijloacele utilizate.

Amendamentul 28

Propunere de regulament Articolul 1 – alineatul 3 – litera b

Textul propus de Comisie

(b) să protejeze persoanele fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal.

Amendamentul

(b) să protejeze persoanele fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal **și drepturile lor fundamentale prevăzute în dreptul Uniunii, inclusiv cele consacrate în Cartă.**

Amendamentul 29

Propunere de regulament Articolul 1 – alineatul 4 – litera ga (nouă)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(ga) Regulamentul (UE) 2016/679;

Amendamentul 30

Propunere de regulament

Articolul 1 – alineatul 4 – litera gb (nouă)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(gb) Regulamentul (UE) 2018/1725;

Amendamentul 31

Propunere de regulament

Articolul 2 – paragraful 1 – punctul 10

Textul propus de Comisie

Amendamentul

10. „electorat relevant” înseamnă ansamblul de persoane care pot vota în cadrul scrutinului sau al referendumului care are loc *în statul* membru în care circulă un material publicitar politic, care poate fi întregul electorat al unui stat membru;

10. „electorat relevant” înseamnă ansamblul de persoane care pot vota în cadrul scrutinului sau al referendumului care are loc *la nivelul Uniunii sau într-un stat* membru în care circulă un material publicitar politic, care poate fi întregul electorat *al Uniunii sau* al unui stat membru;

Amendamentul 32

Propunere de regulament

Articolul 2 – paragraful 2

Textul propus de Comisie

Amendamentul

În sensul primului paragraf, mesajele prevăzute la punctul 2 care provin din surse oficiale și se referă la organizarea alegerilor sau a referendumurilor și la modalitățile de participare la acestea ori la promovarea participării la alegeri sau referendumuri nu constituie publicitate politică.

În sensul primului paragraf, mesajele prevăzute la punctul 2 care provin din surse oficiale și se referă *strict* la organizarea alegerilor sau a referendumurilor și la modalitățile de participare la acestea ori la promovarea participării la alegeri sau referendumuri nu constituie publicitate politică.

Amendamentul 33

Propunere de regulament Capitolul II – titlu

Textul propus de Comisie

OBLIGAȚII DE TRANSPARENȚĂ
PENTRU SERVICIILE DE
PUBLICITATE POLITICĂ

Amendamentul

OBLIGAȚII DE TRANSPARENȚĂ **ȘI**
DE DILIGENȚĂ PENTRU SERVICIILE
DE PUBLICITATE POLITICĂ

Amendamentul 34

Propunere de regulament Articolul 4 – titlu

Textul propus de Comisie

Transparența

Amendamentul

Transparența **și diligența**

Amendamentul 35

Propunere de regulament Articolul 4 – paragraful 1 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

Serviciile de publicitate politică sunt disponibile numai pentru un sponsor sau pentru un furnizor de servicii care acționează în numele unui sponsor care este cetățean al Uniunii sau unei persoane fizice sau juridice rezidente sau stabilite în Uniune.

Amendamentul 36

Propunere de regulament Articolul 5 – alineatul 2

Textul propus de Comisie

2. Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile

Amendamentul

2. Furnizorii de servicii de publicitate politică se asigură că acordurile

contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică specifică modul în care sunt respectate dispozițiile relevante ale prezentului regulament.

contractuale încheiate pentru furnizarea unui serviciu de publicitate politică specifică modul în care sunt respectate dispozițiile relevante ale prezentului regulament, ***inclusiv prevederile privind diligența, și le oferă posibilitatea de a-și îndeplini în mod eficace obligațiile de diligență. Astfel de acorduri le impun în special furnizorilor de servicii de publicitate politică care acționează în numele sponsorilor să furnizeze informațiile menționate la articolul 6 alineatul (1), să garanteze că acestea sunt exacte și complete, să le actualizeze periodic și să corecteze orice informații eronate, fără întârzieri nejustificate.***

Amendamentul 37

Propunere de regulament Articolul 6 – alineatul 1 – litera a

Textul propus de Comisie

(a) materialul publicitar politic sau campania de publicitate politică aferent(ă) serviciului sau serviciilor;

Amendamentul

(a) materialul publicitar politic sau campania de publicitate politică ***și, acolo unde este cazul, scrutinul sau referendumul corespunzător*** aferent serviciului sau serviciilor;

Amendamentul 38

Propunere de regulament Articolul 6 – alineatul 1 – litera ba (nouă)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(ba) informații privind tehnicile de vizare a unui public-țintă folosite în furnizarea serviciului;

Amendamentul 39

Propunere de regulament Articolul 6 – alineatul 2

Textul propus de Comisie

2. Informațiile menționate la alineatul (1) se păstrează în scris și **pot fi** în format electronic. Aceste informații se păstrează pentru o perioadă de cinci ani de la data ultimei pregătiri, plasări, publicări sau diseminări, după caz.

Amendamentul

2. Informațiile menționate la alineatul (1) se păstrează în scris și în format electronic. Aceste informații se păstrează pentru o perioadă de **cel puțin** cinci ani de la data ultimei pregătiri, plasări, publicări sau diseminări, după caz.

Amendamentul 40

Propunere de regulament

Articolul 7 – alineatul 1 – paragraful 1 – litera b

Textul propus de Comisie

(b) identitatea sponsorului materialului publicitar politic și entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul;

Amendamentul

(b) identitatea sponsorului materialului publicitar politic, **inclusiv, dacă este cazul, în ceea ce privește partidele europene sau naționale, logoul entității politice europene corespunzătoare, precum și** entitatea care controlează în ultimă instanță sponsorul;

Amendamentul 41

Propunere de regulament

Articolul 7 – alineatul 1 – paragraful 1 – litera c

Textul propus de Comisie

(c) o notificare privind transparența, care să permită înțelegerea contextului mai larg al materialului publicitar politic și al obiectivelor sale, sau o indicație clară a locului în care aceasta poate fi accesată cu ușurință.

Amendamentul

(c) o notificare privind transparența, care să permită înțelegerea contextului mai larg al materialului publicitar politic și al obiectivelor sale, sau o indicație clară a locului în care aceasta poate fi accesată cu ușurință **online**.

Amendamentul 42

Propunere de regulament

Articolul 7 – alineatul 2 – litera a

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(a) identitatea sponsorului **și datele sale de contact**;

(a) identitatea sponsorului;

Amendamentul 43

Propunere de regulament

Articolul 7 – alineatul 2 – litera c

Textul propus de Comisie

(c) pe baza, printre altele, a informațiilor primite în conformitate cu articolul 6 alineatul (3), informații privind sumele agregate cheltuite sau alte beneficii primite parțial sau integral pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea **materialului** publicitar relevant și a campaniei de publicitate politică, dacă este cazul, și sursele acestora;

Amendamentul

(c) pe baza, printre altele, a informațiilor primite în conformitate cu articolul 6 alineatul (3), informații privind sumele agregate cheltuite sau alte beneficii primite parțial sau integral pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea și difuzarea **fiecărui material** publicitar relevant și a campaniei de publicitate politică, dacă este cazul, și sursele acestora;

Amendamentul 44

Propunere de regulament

Articolul 7 – alineatul 2 – litera ea (nouă)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(ea) acolo unde este cazul, toate criteriile tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic care sunt utilizate;

Amendamentul 45

Propunere de regulament

Articolul 7 – alineatul 2 – litera eb (nouă)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

(eb) acolo unde este cazul, numărul de vizualizări și de interacțiuni;

Amendamentul 46

Propunere de regulament Articolul 7 – alineatul 6

Textul propus de Comisie

6. Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul articolului 25 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] se asigură că **în registrele pe care le pun la dispoziție în temeiul articolului 30 din regulamentul respectiv [Actul legislativ privind serviciile digitale] există**, pentru fiecare material publicitar politic din **registru, informațiile menționate la alineatul (2).**

Amendamentul

6. Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul articolului 25 din Regulamentul (UE) 2021/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] se asigură că **informațiile menționate la alineatul (2) sunt puse la dispoziție** pentru fiecare material publicitar politic din **registru unic european de publicitate politică.**

Amendamentul 47

Propunere de regulament Articolul 7 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

Articolul 7a

Registrul unic european de publicitate politică

1. **Comisia creează, dezvoltă, actualizează și întreține un registru unic european de publicitate politică, care cuprinde toate materialele publicitare politice, indiferent de perioada electorală, pentru publicarea notificărilor privind transparența, în conformitate cu articolul 6.**

2. **Registrul respectiv cuprinde o listă a campaniilor și a perioadelor electorale comunicate de statele membre, în conformitate cu articolul 17. Acolo unde este cazul, registrul oferă posibilitatea ca fiecare notificare privind transparența să fie asociată în mod direct fiecărui tur de scrutin ori referendum sau fiecărei campanii și face posibilă descărcarea**

*sistematică a notificărilor privind
transparența sub forma unui set de date
ușor de folosit.*

Amendamentul 48

Propunere de regulament Articolul 9 – alineatul 1

Textul propus de Comisie

1. În cazul în care furnizează servicii de publicitate politică, editorii de publicitate instituie mecanisme care să le permită persoanelor să notifice editorilor, în mod gratuit, faptul că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament.

Amendamentul

1. În cazul în care furnizează servicii de publicitate politică, editorii de publicitate instituie mecanisme care să le permită persoanelor să notifice editorilor, în mod gratuit **și anonim**, faptul că un anumit material publicitar politic pe care l-au publicat editorii nu respectă prezentul regulament.

Amendamentul 49

Propunere de regulament Articolul 9 – alineatul 4 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

4a. Dacă mecanismele prevăzute la alineatul (1) nu sunt disponibile, autoritățile competente ale statelor membre le permit persoanelor să le semnaleze, în mod direct și gratuit, că un anumit material publicitar nu respectă prezentul regulament. Statele membre desemnează o singură autoritate competentă pentru primirea și prelucrarea semnalărilor respective.

Amendamentul 50

Propunere de regulament Articolul 11 – alineatul 5

Textul propus de Comisie

5. În cazul în care solicitările

Amendamentul

5. În cazul în care solicitările

formulate în temeiul alineatului (1) sunt în mod evident nefondate, neclare sau excesive, în special din cauza lipsei lor de claritate, furnizorul de servicii poate refuza să răspundă. În acest caz, furnizorul de servicii relevant trimite un răspuns motivat entității interesate care a formulat solicitarea.

formulate în temeiul alineatului (1) sunt în mod evident nefondate, neclare sau excesive, în special din cauza lipsei lor de claritate, ***ori dacă solicitările respective sunt repetitive***, furnizorul de servicii poate refuza să răspundă. În acest caz, furnizorul de servicii relevant trimite un răspuns motivat entității interesate care a formulat solicitarea.

Amendamentul 51

Propunere de regulament Articolul 11 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

Articolul 11a

Publicarea de către platformele online foarte mari a unui set aleatoriu de materiale publicitare politice standardizate ale entităților politice în timpul alegerilor pentru Parlamentul European

1. Platformele online foarte mari în sensul articolului 25 din Regulamentul (UE) 2021/XXXX [Actul legislativ privind serviciile digitale] implicate în furnizarea de servicii de publicitate politică în contextul alegerilor pentru Parlamentul European afișează materiale publicitare politice aleatorii într-o secțiune specifică, imediat vizibilă și ușor accesibilă, în conformitate cu principiul accesului egal. Serviciul respectiv este furnizat la un preț care nu depășește costurile suportate de prestatori.

2. Materialele publicitare politice menționate la prezentul articol sunt transmise de entități politice înregistrate într-un format standardizat, definit de fiecare platformă online foarte mare în conformitate cu criteriile specifice formulate pe baza normelor lor privind afișarea materialelor publicitare politice, și includ o trimitere la notificarea privind

transparența în conformitate cu criteriile stabilite la articolul 11, precum și statistici privind numărul de solicitări la care se face referire la alineatul (1), alături de materialul publicitar politic corespunzător fiecăreia. Aceste materiale publicitare sunt stocate în registrul unic european de publicitate politică instituit prin articolul 7a.

3. Numai entitățile politice înregistrate care respectă normele de înregistrare la alegerile pentru Parlamentul European în circumscripțiile lor respective și partidele politice europene, astfel cum sunt definite în Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014, sunt autorizate să transmită platformelor online foarte mari în cauză materialele publicitare politice menționate la prezentul articol.

4. Criteriile de vizare a unui public-țintă utilizate în acest context de platformele online foarte mari se limitează la criteriile care sunt strict necesare pentru identificarea utilizatorilor în funcție de posibila lor circumscripție electorală și nu menționează decât locul de reședință și limba.

5. Sunt interzise alte tehnici de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic în contextul publicării unui set aleatoriu de materiale publicitare politice standardizate ale entităților politice.

6. Materialele publicitare politice menționate la prezentul articol pot fi afișate numai în cursul celor 15 zile dinaintea alegerilor.

7. Platformele online nu colectează date referitoare la utilizatorii cărora le sunt afișate materialele publicitare politice menționate la prezentul articol sau la interacțiunile utilizatorilor cu astfel de materiale.

8. Se asigură o vizibilitate minimă rezonabilă pentru fiecare entitate politică

înregistrată. Entităților electorale poate să le fie acordată mai multă vizibilitate în funcție de rezultatele lor la ultimele și penultimele alegeri pentru Parlamentul European și de reprezentarea lor la nivelul Uniunii și la nivel național, regional și local. Raportul de vizibilitate între entitățile politice înregistrate nu trebuie să fie mai mare de 1:5.

9. Comisia adoptă, în conformitate cu articolul 19, acte delegate de completare a prezentului regulament prin definirea drepturilor și a obligațiilor entităților politice înregistrate și ale platformelor online foarte mari referitoare la punerea în practică a prezentului articol privind afișarea materialelor publicitare politice aleatorii.

Amendamentul 52

Propunere de regulament Articolul 13 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

Articolul 13a

Evaluarea riscurilor, măsurile de atenuare și auditarea independentă

1. Editorii de publicitate politică care sunt platforme online foarte mari în sensul articolului 25 din Regulamentul (UE) 2022/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] identifică, de la data aplicării prezentului regulament menționată la articolul 20 alineatul (2) și cel puțin o dată pe an, orice risc sistemic semnificativ care decurge din politicile lor interne privind publicitatea politică, inclusiv utilizarea tehnicilor de vizare a unui public-țintă sau de amplificare a impactului unui material publicitar politic. Evaluarea riscurilor este specifică serviciilor pe care le oferă și cuprinde următoarele riscuri:

(a) riscul asociat mecanismelor de verificare instituite pentru identificarea sponsorilor autentici și a furnizorilor de servicii de publicitate care acționează în numele sponsorilor care plasează sau emit materiale publicitare politice;

(b) riscurile difuzării unor informații false sau înșelătoare, printre care se numără comportamentele și practicile de manipulare interzise, precum și riscurile ca actori străini să manipuleze informațiile și să intervină în mod ilicit în serviciile prestate, ceea ce poate afecta integritatea proceselor electorale;

(c) riscurile legate de crearea și utilizarea unor conturi care manifestă un comportament neautentic coordonat al utilizatorilor, menit să amplifice în mod artificial raza de acțiune a dezinformării și nivelul perceput de susținere publică pentru aceasta;

(d) riscurile referitoare la exercitarea drepturilor fundamentale în ceea ce privește respectarea vieții private și de familie, protecția datelor cu caracter personal, libertatea de exprimare și de informare și interzicerea discriminării, astfel cum sunt consacrate la articolele 7, 8, 11, respectiv 21 din Cartă;

2. Platformele online foarte mari instituie măsuri de atenuare rezonabile, proporționale și eficiente, adaptate la riscurile sistemice specifice identificate în temeiul alineatului (1). După caz, pe lângă cele enumerate la articolul 27 din Regulamentul (UE) 2022/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale], pot fi luate măsuri precum consolidarea proceselor de diligență în ceea ce privește materialele publicitare publicate sau difuzate în special în perioadele electorale, pentru a garanta că orice informație înșelătoare sau eronată din notificările privind transparența este corectată prompt și integral sau că publicarea sau difuzarea materialului publicitar politic în cauză este suspendată.

3. ***Pe propria cheltuială și cel puțin o dată pe an, platformele online foarte mari fac obiectul unor audituri de evaluare a conformității cu obligațiile care decurg din alineatele (1) și (2). Articolul 28 alineatele (2), (3) și (4) din Regulamentul (UE) 2022/xxx [Actul legislativ privind serviciile digitale] se aplică în cazul caracteristicilor organizațiilor care efectuează auditul, al structurii raportului și al punerii în practică a recomandărilor cuprinse în acesta.***

Amendamentul 53

Propunere de regulament Articolul 14 – alineatul 1

Textul propus de Comisie

1. Furnizorii de servicii care prestează servicii de publicitate politică în Uniune, dar nu au un sediu în Uniune, desemnează în scris o persoană fizică sau juridică drept reprezentantul lor legal într-unul dintre statele membre în care furnizorul își oferă serviciile.

Amendamentul

1. Furnizorii de servicii care prestează servicii de publicitate politică în Uniune, dar nu au un sediu în Uniune, desemnează în scris o persoană fizică sau juridică drept reprezentantul lor legal într-unul dintre statele membre în care furnizorul își oferă serviciile. ***Aceștia transmit identitatea și datele de contact ale reprezentantului lor legal Rețelei europene de cooperare privind alegerile. Statele membre țin registre accesibile publicului referitoare la toți reprezentanții legali înregistrați pe teritoriul lor în temeiul prezentului regulament.***

Amendamentul 54

Propunere de regulament Articolul 15 – alineatul 7 a (nou)

Textul propus de Comisie

Amendamentul

7a. Punctul de contact pregătește un inventar și o analiză postelectorală privind materialele publicitare politice elaborate în timpul perioadei electorale.

Acestea sunt publicate în termen de șase luni de la data alegerilor.

Amendamentul 55

Propunere de regulament Articolul 17 – paragraful 1

Textul propus de Comisie

Statele membre publică datele perioadelor electorale naționale într-un loc ușor accesibil, cu o trimitere corespunzătoare la prezentul regulament.

Amendamentul

Statele membre publică datele perioadelor electorale naționale într-un loc ușor accesibil, cu o trimitere corespunzătoare la prezentul regulament. ***Acestea transmit informațiile respective Comisiei, care le publică în registrul unic european de publicitate politică.***

Amendamentul 56

Propunere de regulament Articolul 19 – alineatul 2

Textul propus de Comisie

2. Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 7 alineatul (8) și la articolul 12 alineatul (8) se conferă Comisiei pentru o perioadă de [până la evaluarea aplicării prezentului regulament, doi ani de la următoarele alegeri pentru Parlamentul European].

Amendamentul

2. Competența de a adopta acte delegate menționată la articolul 7 alineatul (8), ***la articolul 7a alineatul (5), la articolul 11a alineatul (9)*** și la articolul 12 alineatul (8) se conferă Comisiei pentru o perioadă de [până la evaluarea aplicării prezentului regulament, doi ani de la următoarele alegeri pentru Parlamentul European].

**ANEXĂ: LISTA ENTITĂȚILOR SAU PERSOANELOR
DE LA CARE RAPORTORUL A PRIMIT CONTRIBUȚII**

Următoarea listă este întocmită în mod absolut voluntar, sub responsabilitatea exclusivă a raportorului. Raportorul a primit contribuții de la următoarele entități sau persoane în pregătirea avizului, până la adoptarea acestuia în comisie:

Entitatea și/sau persoana
Biroul de legătură cu Uniunea Europeană al Transparency International (TR 501222919-71)
Meta Platforms Ireland Limited și filialele sale (TR 28666427835-74)

PROCEDURA COMISIEI SESIZATE PENTRU AVIZ

Titlu	Transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică
Referințe	COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD)
Comisie competentă Data anunțului în plen	IMCO 13.12.2021
Aviz emis de către Data anunțului în plen	AFCO 13.12.2021
Raportor pentru aviz Data numirii	Daniel Freund 20.6.2022
Examinare în comisie	1.9.2022
Data adoptării	17.10.2022
Rezultatul votului final	+: 22 –: 6 0: 0
Membri titulari prezenți la votul final	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
Membri supleanți prezenți la votul final	Vladimír Bilčík, Nathalie Colin-Oesterlé, Alin Mituța
Membri supleanți [articolul 209 alineatul (7)] prezenți la votul final	Isabel García Muñoz, Manolis Kefalogiannis, Petros Kokkalis, Nicola Procaccini, Nacho Sánchez Amor

**VOT FINAL PRIN APEL NOMINAL
ÎN COMISIA SESIZATĂ PENTRU AVIZ**

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

Legenda simbolurilor utilizate:

- + : pentru
- : împotriva
- 0 : abțineri