Parlamento europeo
2019-2024

Commissione per le libertà civili, la giustizia e gli affari interni

2021/0381(COD)

1.12.2022

PARERE

della commissione per le libertà civili, la giustizia e gli affari interni

destinato alla commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori

sulla proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica
(COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))

Relatrice per parere: Anna Júlia Donáth

(*) Commissione associata – articolo 57 del regolamento

PA_Legam

EMENDAMENTI

La commissione per le libertà civili, la giustizia e gli affari interni invita la commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori, competente per il merito, a prendere in considerazione i seguenti emendamenti:

Emendamento 1
Proposta di regolamento
Considerando 13

Testo della Commissione	*Emendamento*
(13) Il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare il contenuto sostanziale della pubblicità politica né le norme che ne disciplinano la visualizzazione, compresi i cosiddetti periodi di silenzio che precedono le elezioni o i referendum.	(13) Il presente regolamento non dovrebbe pregiudicare il contenuto sostanziale della pubblicità politica né le norme che ne disciplinano la visualizzazione, compresi i cosiddetti periodi di silenzio che precedono le elezioni o i referendum. ***Fra gli obiettivi del presente regolamento figurano garantire la rendicontabilità e l'organizzazione globale di un processo politico equo e aperto, salvaguardare i diritti dei cittadini, tra cui la libertà di opinione e di informazione, nel prendere decisioni politiche ed esercitare il diritto di voto, come anche contribuire al corretto funzionamento del mercato interno della pubblicità politica, garantire che i messaggi di pubblicità politica illeciti possano essere individuati e corretti a tempo debito e che lo spazio offline e online siano allineati. Gli Stati membri la cui legislazione nazionale prevede tale possibilità sono incoraggiati a prendere in considerazione l'introduzione di periodi di silenzio in rapporto alla pubblicità politica nelle settimane che precedono le elezioni o i referendum. Gli Stati membri che non prevedono periodi di silenzio in rapporto alla pubblicità politica sono incoraggiati a valutare la possibilità di introdurli se lo ritengono necessario per conseguire pienamente gli obiettivi del presente regolamento.***

Emendamento 2
Proposta di regolamento
Considerando 16

Testo della Commissione	*Emendamento*
(16) Nella definizione di pubblicità politica dovrebbe rientrare la pubblicità pubblicata o diffusa direttamente o indirettamente da, a favore o per conto di un attore politico. Essendo il messaggio pubblicitario di, a favore o per conto di un attore politico indissociabile dalla attività di questi in quanto attore politico, si può presumere che possa influenzare il dibattito politico, salvo se di natura meramente privata o meramente commerciale.	(16) Nella definizione di pubblicità politica dovrebbe rientrare la pubblicità ***sponsorizzata, promossa,*** pubblicata o diffusa direttamente o indirettamente da, a favore o per conto di un attore politico. Essendo il messaggio pubblicitario di, a favore o per conto di un attore politico indissociabile dalla attività di questi in quanto attore politico, si può presumere che possa influenzare il dibattito politico, salvo se di natura meramente privata o meramente commerciale.

Emendamento 3
Proposta di regolamento
Considerando 17

Testo della Commissione	*Emendamento*
(17) Dovrebbe altresì configurare pubblicità politica la pubblicazione o diffusione, a cura di altri attori, di un messaggio che può influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto. Al fine di determinare se la pubblicazione o diffusione di un messaggio possa influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto, è opportuno tenere conto di tutti i fattori pertinenti, come il contenuto del messaggio, il linguaggio utilizzato per convogliarlo, il contesto in cui è trasmesso, ***il suo*** obiettivo e i mezzi con cui è pubblicato o diffuso. I messaggi su questioni di società o controverse potrebbero, a seconda dei casi, influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un	(17) Dovrebbe altresì configurare pubblicità politica la ***sponsorizzazione, la promozione, la*** pubblicazione o ***la*** diffusione, a cura di altri attori, di un messaggio che può influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto***, compresa la partecipazione o meno al processo di voto***. Al fine di determinare se la pubblicazione o diffusione di un messaggio possa influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto, è opportuno tenere conto di tutti i fattori pertinenti, come il contenuto del messaggio, il linguaggio utilizzato per convogliarlo, il contesto in cui è trasmesso***, l'identità dello sponsor, l'***obiettivo ***del messaggio*** e i mezzi con cui è pubblicato o diffuso***, nonché il pubblico destinatario***. I messaggi su questioni di società o

comportamento di voto.	controverse potrebbero, a seconda dei casi, influenzare l'esito di un'elezione o referendum, un processo legislativo o regolamentare o un comportamento di voto.

Emendamento 4
Proposta di regolamento
Considerando 17 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(17 bis) Tenendo presente che i messaggi pubblicitari di interesse pubblico sono un intervento nel dibattito pubblico volto, in ultima analisi, a influenzare le decisioni dei legislatori, e che i legislatori hanno il dovere di agire sempre sulla base di prove e nell'interesse pubblico piuttosto che sulla base di uno stretto interesse politico personale o di lobbying in rappresentanza di potenti interessi di parte, nessuna disposizione del presente regolamento dovrebbe essere interpretata come un'affermazione del fatto che i messaggi pubblicitari di interesse pubblico collocati da autentici attori della società civile costituiscono una minaccia per la democrazia o la politica, o che tali messaggi pubblicitari sono regolarmente finalizzati a manipolare in modo significativo i legislatori, o che hanno il potere di farlo, esonerandoli così dall'obbligo di agire sempre sulla base di prove e nell'interesse pubblico. Nessuna disposizione del presente regolamento dovrebbe implicare che i messaggi pubblicitari di interesse pubblico collocati da autentici attori della società civile non sono altro che interventi positivi nella sfera pubblica e nel dibattito politico. Gli obblighi che incombono agli attori della società civile nel quadro del presente regolamento non dovrebbero compromettere o ostacolare il loro lavoro, mentre dovrebbe essere intrapreso un riesame annuale da parte della

Commissione, con il contributo di un'ampia base della società civile, al fine di monitorare gli effetti del presente regolamento sulla società civile e di proporre, se necessario, misure correttive. Nell'effettuare il riesame annuale, la Commissione dovrebbe essere consapevole della necessità di individuare e affrontare senza indugio qualsiasi uso in malafede o abusivo delle disposizioni del presente regolamento volto a indebolire gli attori della società civile.

Emendamento 5
Proposta di regolamento
Considerando 17 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(17 ter) I semplici prestatori di servizi generici utilizzati dai prestatori di servizi di pubblicità o dagli attori politici non dovrebbero essere considerati prestatori di servizi di pubblicità politica ma piuttosto considerati nella pratica gli equivalenti offline del servizio intermediario online ai sensi dell'articolo 3, lettera g), del regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio[1 bis]. Detti prestatori di servizi generici comprendono quindi i servizi di "mere conduit", "caching" o "hosting", ma anche i loro equivalenti offline, quali i servizi postali e di distribuzione, i grafici e le tipografie in cui forniscono un servizio parimenti "neutro". Per essere qualificati come controparte equivalente offline, tali servizi dovrebbero essere soggetti agli stessi requisiti, vale a dire non dare origine alla trasmissione, non selezionare il destinatario della trasmissione e non selezionare né modificare le informazioni trasmesse.

[1 bis] Regolamento (UE) 2022/2065 del Parlamento europeo e del Consiglio, del

	19 ottobre 2022, relativo a un mercato unico dei servizi digitali e che modifica la direttiva 2000/31/CE (regolamento sui servizi digitali) (GU L 277 del 27.10.2022, pag. 1).

Emendamento 6
Proposta di regolamento
Considerando 19

Testo della Commissione	*Emendamento*
(19) Non dovrebbero rientrare nel campo di applicazione del presente regolamento le opinioni politiche ***espresse*** nei programmi di trasmissioni audiovisive lineari o pubblicate ***sulla stampa scritta senza pagamento diretto o remunerazione equivalente***.	(19) Non dovrebbero rientrare nel campo di applicazione del presente regolamento le opinioni politiche ***o altri contenuti editoriali espressi sotto la responsabilità editoriale di un prestatore di servizi*** nei programmi di trasmissioni audiovisive ***e mediali, comprese quelle lineari e non*** lineari o pubblicate ***su riviste, giornali o altri media stampati o online, a meno che il prestatore di servizi sia stato remunerato da terzi per il messaggio di pubblicità politica***. ***Qualora un prestatore di servizi ripubblichi senza contesto editoriale i contenuti di una campagna politica o di un candidato, tale pubblicazione dovrebbe essere considerata pubblicità politica e trattata come tale anche se tale servizio non è stato retribuito.***

Emendamento 7
Proposta di regolamento
Considerando 21

Testo della Commissione	*Emendamento*
(21) È necessario definire il messaggio di pubblicità politica come esempio di pubblicità politica. Il termine ricomprende i mezzi con cui il messaggio di pubblicità politica è comunicato, ***anche a mezzo*** stampa, ***su*** media radiotelevisivi o ***su***	(21) È necessario definire il messaggio di pubblicità politica come ***un*** esempio di pubblicità politica ***sponsorizzata, preparata, collocata, promossa, pubblicata o diffusa con qualsiasi mezzo***. Il termine ricomprende i mezzi con cui il messaggio di pubblicità politica è

piattaforme online.

comunicato, ***quali*** stampa, media radiotelevisivi o piattaforme online ***o reti sociali***.

Emendamento 8
Proposta di regolamento
Considerando 23

Testo della Commissione	*Emendamento*
(23) Nella nozione di attore politico dovrebbero rientrare anche i funzionari non eletti, i funzionari eletti, i candidati e i membri di governo a livello europeo, nazionale, regionale o locale. È opportuno includere nella definizione anche altre organizzazioni politiche.	(23) ***Nella nozione di attore politico dovrebbero rientrare anche le istituzioni dell'Unione, i governi, compresi quelli a livello regionale e locale e i rispettivi organi e autorità, con o senza personalità giuridica, nella misura in cui la loro comunicazione può essere assimilata alla pubblicità politica.*** Nella nozione di attore politico dovrebbero rientrare anche i funzionari non eletti, i funzionari eletti, i candidati e i membri di governo a livello europeo, nazionale, regionale o locale. È opportuno includere nella definizione anche altre organizzazioni politiche. ***Talune persone possono esercitare un controllo sugli attori politici e promuovere i loro interessi personali dissimulando deliberatamente tale influenza o rimanendo nascoste al pubblico. Dette persone dovrebbero anch'esse essere considerate attori politici ai sensi del presente regolamento.***

Emendamento 9
Proposta di regolamento
Considerando 31

Testo della Commissione	*Emendamento*
(31) La libertà di espressione sancita all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali include la libertà di opinione politica e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni politiche e di condividere idee politiche. ***Ogni***	(31) La libertà di espressione ***e d'informazione*** sancita all'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali include la libertà di opinione politica e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni politiche e di condividere idee politiche

limitazione deve ottemperare all'articolo 52 della Carta dei diritti fondamentali per cui possono essere apportate modulazioni e limitazioni laddove siano giustificate dal perseguimento di un legittimo interesse pubblico e rispettino i principi generali del diritto dell'Unione, quali la proporzionalità e la certezza del diritto. Ciò vale anche nelle situazioni in cui le idee politiche sono comunicate tramite prestatori di servizi di pubblicità politica.

senza ingerenze e indipendentemente dalle frontiere. ***Qualsiasi restrizione, condizione,*** limitazione deve ottemperare all'articolo 52 della Carta dei diritti fondamentali per cui possono essere apportate modulazioni e limitazioni laddove siano giustificate dal perseguimento di un legittimo interesse pubblico e rispettino i principi generali del diritto dell'Unione, quali la proporzionalità e la certezza del diritto. Ciò vale anche nelle situazioni in cui le idee politiche sono comunicate tramite prestatori di servizi di pubblicità politica. ***La libertà di espressione è uno dei capisaldi di un vivace dibattito democratico.***

Emendamento 10
Proposta di regolamento
Considerando 38

Testo della Commissione	*Emendamento*
(38) La trasparenza della pubblicità politica dovrebbe mettere i cittadini nelle condizioni di capire quando sono al cospetto di un messaggio di pubblicità politica. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero garantire, per ciascun messaggio di pubblicità politica, che sia dichiarato chiaramente che si tratta di pubblicità politica e sia identificato lo sponsor. Se del caso, il nome dello sponsor potrebbe accompagnarsi a un logo politico. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero applicare un'etichettatura effettiva che tenga conto degli sviluppi della ricerca scientifica e delle migliori pratiche di trasparenza in materia di etichettatura pubblicitaria. Dovrebbero inoltre garantire che per ciascun messaggio di pubblicità politica siano pubblicate informazioni che rendano comprensibili il contesto più ampio in cui si situa e i suoi obiettivi, possibilmente da includere nel messaggio stesso ovvero da fornirsi a cura dell'editore sul suo sito web tramite un link o altra	(38) La trasparenza della pubblicità politica dovrebbe mettere i cittadini nelle condizioni di capire quando sono al cospetto di un messaggio di pubblicità politica. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero garantire, per ciascun messaggio di pubblicità politica, che sia dichiarato chiaramente che si tratta di pubblicità politica e sia identificato lo sponsor. Se del caso, il nome dello sponsor potrebbe accompagnarsi a un logo politico. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero applicare un'etichettatura effettiva che tenga conto degli sviluppi della ricerca scientifica e delle migliori pratiche di trasparenza in materia di etichettatura pubblicitaria. ***Almeno il 15 % del messaggio pubblicitario visualizzato, dello spazio o del tempo a seconda del formato del messaggio pubblicitario dovrebbe essere utilizzato in modo che il messaggio sia facilmente identificabile come tale.*** Dovrebbero inoltre garantire che per ciascun messaggio di pubblicità politica

indicazione equivalente, chiara e di facile uso, inclusa nel messaggio.	siano pubblicate informazioni che rendano comprensibili il contesto più ampio in cui si situa e i suoi obiettivi, possibilmente da includere nel messaggio stesso ovvero da fornirsi a cura dell'editore sul suo sito web tramite un link o altra indicazione equivalente, chiara e di facile uso, inclusa nel messaggio.

Emendamento 11
Proposta di regolamento
Considerando 42 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(42 bis) La Commissione dovrebbe istituire e gestire una biblioteca europea dei messaggi di pubblicità politica offline e online destinata a ospitare, archiviare e rendere accessibili al pubblico i messaggi di pubblicità politica e tutte le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza. Gli editori di pubblicità politica dovrebbero condividere tutte le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza con la biblioteca europea dei messaggi di pubblicità politica senza indebito ritardo ed entro 24 ore dalla prima pubblicazione. Inoltre, gli editori di pubblicità politica che sono piattaforme online di dimensioni molto grandi e motori di ricerca online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33 del regolamento (UE) 2022/2065 dovrebbero mettere a disposizione e aggiornare in tempo reale tutte le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza tramite i registri della pubblicità pubblicati a norma dell'articolo 39 del medesimo regolamento.

Emendamento 12
Proposta di regolamento
Considerando 46

Testo della Commissione	*Emendamento*
(46) Onde permettere a soggetti specifici di assolvere il ruolo che compete loro in democrazia, è opportuno stabilire norme sulla trasmissione delle informazioni pubblicate insieme ai messaggi di pubblicità politica o contenute nell'avviso di trasparenza ***ad attori interessati*** come ricercatori abilitati, giornalisti, organizzazioni della società civile e osservatori elettorali accreditati, così da sostenerne il ruolo rispettivo nel processo democratico. Non dovrebbe essere fatto obbligo ai prestatori di servizi di pubblicità politica di rispondere a richieste manifestamente infondate o eccessive. Dovrebbe anzi essere permesso al prestatore di servizi in questione di addebitare un contributo spese ragionevole per le richieste ripetitive e onerose, che tenga conto dei costi amministrativi connessi alla trasmissione delle informazioni.	(46) Onde permettere a soggetti specifici di assolvere il ruolo che compete loro in democrazia, è opportuno stabilire norme sulla trasmissione delle informazioni pubblicate insieme ai messaggi di pubblicità politica o contenute nell'avviso di trasparenza ***a parti interessate, stabilite nell'Unione,*** come ricercatori abilitati, giornalisti, organizzazioni della società civile e osservatori elettorali accreditati, così da sostenerne il ruolo rispettivo nel processo democratico. Non dovrebbe essere fatto obbligo ai prestatori di servizi di pubblicità politica di rispondere a richieste manifestamente infondate o eccessive. Dovrebbe anzi essere permesso al prestatore di servizi in questione di addebitare un contributo spese ragionevole per le richieste ripetitive e onerose, che tenga conto dei costi amministrativi connessi alla trasmissione delle informazioni.

Emendamento 13
Proposta di regolamento
Considerando 47

Testo della Commissione	*Emendamento*
(47) Per indirizzare messaggi politici a gruppi, singoli elettori o privati cittadini e amplificarne l'impatto, nel raggruppare le persone in funzione dei loro presunti interessi, dalle loro attività online e con profilazione comportamentale e altre analisi, è sempre più diffuso l'uso di dati personali raccolti direttamente presso gli interessati o indirettamente come i dati desunti. Trattando dati personali, in particolare dati considerati sensibili ai sensi del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio[11] e del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del Consiglio[12], è	(47) Per indirizzare messaggi politici a gruppi, singoli elettori o privati cittadini e amplificarne l'impatto, nel raggruppare le persone in funzione dei loro presunti interessi, dalle loro attività online e con profilazione comportamentale e altre analisi, è sempre più diffuso l'uso di dati personali raccolti direttamente presso gli interessati o indirettamente come i dati ***osservati o*** desunti. Trattando dati personali, in particolare dati considerati sensibili ai sensi del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio[11] e del regolamento (UE) 2018/1725 del Parlamento europeo e del

possibile segmentare diversi gruppi elettorali o di privati cittadini e sfruttarne le caratteristiche o vulnerabilità, ad esempio diffondendo messaggi di pubblicità politica in momenti e luoghi ad hoc per trarre vantaggio da situazioni in cui potrebbe essere più acuta la sensibilità a un certo tipo di informazione/messaggio. Tutto ciò genera un impatto specifico e negativo sui diritti e sulle libertà fondamentali dei cittadini con riguardo al trattamento dei loro dati personali e alla libertà di ricevere informazioni obiettive, farsi un'opinione, prendere decisioni politiche ed esercitare il diritto di voto***, ed*** incide negativamente sul processo democratico. ***È pertanto opportuno dettare ulteriori limitazioni e*** condizioni ***rispetto al*** regolamento (UE) 2016/679 e ***al*** regolamento (UE) 2018/1725. ***Le condizioni che il presente regolamento impone all'uso di tecniche di targeting e amplificazione che comportano il trattamento di dati personali in ambito di pubblicità politica dovrebbero essere basate sull'articolo 16 TFUE.***

[11] Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU

Consiglio[12], è possibile segmentare diversi gruppi elettorali o di privati cittadini e sfruttarne le caratteristiche o vulnerabilità, ad esempio diffondendo messaggi di pubblicità politica in momenti e luoghi ad hoc per trarre vantaggio da situazioni in cui potrebbe essere più acuta la sensibilità a un certo tipo di informazione/messaggio. Tutto ciò genera un impatto specifico e negativo sui diritti e sulle libertà fondamentali dei cittadini con riguardo al trattamento dei loro dati personali e alla libertà di ***essere trattati in modo equo e paritario, di non essere manipolati, di*** ricevere informazioni obiettive, farsi un'opinione, prendere decisioni politiche ed esercitare il diritto di voto***. Ciò*** incide ***inoltre*** negativamente sul processo democratico***, in quanto consente una frammentazione del dibattito pubblico su importanti questioni sociali, l'analisi predatoria degli elettori, una comunicazione selettiva e, in ultima analisi, la manipolazione dell'elettorato***. ***Tutto ciò aumenta anche il rischio di diffusione della disinformazione ed è stato utilizzato per ingerenze elettorali straniere, in particolare da parte di entità straniere non democratiche. La pubblicità oscura o ingannevole per scopi politici costituisce un rischio in quanto influenza i meccanismi fondamentali che permettono il funzionamento della nostra società democratica. Tutto ciò avviene nonostante le*** condizioni ***già vigenti per il trattamento dei dati personali, compresi il targeting e la fornitura di pubblicità, previste nel*** regolamento (UE) 2016/679 e ***nel*** regolamento (UE) 2018/1725.

[11] Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) (GU

L 119 del 4.5.2016, pag. 1).

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

L 119 del 4.5.2016, pag. 1).

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

Emendamento 14
Proposta di regolamento
Considerando 47 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 bis) Le vie esistenti nel quadro del regolamento (UE) 2016/679 per concepire su misura e rivolgere legalmente la pubblicità a privati sono soggette ad abusi sistemici, in particolare per quanto riguarda la raccolta del consenso libero e informato delle persone, che non possono essere risolti nell'ambito dell'attuale quadro normativo.

Emendamento 15
Proposta di regolamento
Considerando 47 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 ter) I dark pattern sulle interfacce online delle piattaforme online sono pratiche che distorcono o compromettono materialmente, di proposito o di fatto, la capacità degli utenti del servizio di compiere scelte o prendere decisioni autonome e informate in merito ai dati personali che forniscono ai fini della pubblicità politica. È pertanto opportuno vietare ai fornitori di

piattaforme online di condizionare gli utenti del servizio e di distorcere o compromettere l'autonomia, il processo decisionale o la scelta degli utenti.

Emendamento 16
Proposta di regolamento
Considerando 47 quater (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 quater) Ciò dovrebbe includere anche il fatto di chiedere ripetutamente a un utente del servizio di operare una scelta quando tale scelta è già stata effettuata, di rendere la procedura di cancellazione di un servizio notevolmente più complicata rispetto alla procedura di sottoscrizione o di rendere determinate scelte più onerose o dispendiose in termini di tempo rispetto ad altre o con impostazioni predefinite molto difficili da modificare, e quindi di influenzare irragionevolmente il processo decisionale dell'utente del servizio, in modo da sovvertirne e pregiudicarne l'autonomia, il processo decisionale e la scelta. Tuttavia, le norme per prevenire i dark pattern non dovrebbero essere intese come un divieto per i prestatori di servizi di interagire direttamente con gli utenti del servizio e di offrire loro servizi nuovi o aggiuntivi. L'uso sistematico di dark pattern, accordi di consenso poco chiari, informazioni fuorvianti e tempo insufficiente per leggere termini e condizioni sono pratiche comuni che rendono difficile per gli utenti del servizio avere il controllo e informazioni chiare nel contesto del settore della pubblicità online basato sulla sorveglianza.

Emendamento 17
Proposta di regolamento
Considerando 47 quinquies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 quinquies) Al fine di proteggere le persone per quanto riguarda le modalità e le finalità del trattamento dei loro dati personali, in particolare in contesti pertinenti per influenzare le loro scelte democratiche e la loro partecipazione al dibattito pubblico, nonché per proteggere la democrazia e l'integrità delle elezioni, è necessario integrare i regolamenti (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 aggiungendo ulteriori restrizioni, che dovrebbero assumere la forma di rigorose limitazioni al trattamento dei dati personali per il targeting e la fornitura della pubblicità politica online, sulla base dell'articolo 16 TFUE.

Emendamento 18
Proposta di regolamento
Considerando 47 sexies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 sexies) Le tecniche di targeting e di fornitura della pubblicità basate su determinate condizioni e su una quantità rigorosamente limitata di dati personali forniti che non sono categorie particolari di dati personali ai sensi dell'articolo 9 del regolamento (UE) 2016/679 o dell'articolo 10 del regolamento (UE) 2018/1725 possono essere utili per diffondere pubblicità e informazioni politiche e per raggiungere e informare i cittadini.

Emendamento 19
Proposta di regolamento
Considerando 47 septies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 septies) Le tecniche di targeting e di fornitura della pubblicità che comportano il trattamento di dati personali dovrebbero essere consentite solo sulla base dei dati personali che sono forniti esplicitamente dall'interessato all'editore di pubblicità al solo scopo specifico di ricevere messaggi di pubblicità politica mirati. I prestatori non dovrebbero richiedere il consenso quando l'interessato esercita il proprio diritto di opposizione con mezzi automatizzati che utilizzano tecniche specifiche, in linea con l'articolo 21, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2016/679. Nel caso in cui rifiuti il consenso o lo abbia revocato, l'interessato dovrebbe disporre di altre opzioni eque e ragionevoli per accedere ai servizi della società dell'informazione. Rifiutare il consenso non dovrebbe essere per l'interessato più difficile o dispendioso in termini di tempo che dare il consenso. Il trattamento dei dati personali osservati o desunti, in linea con le linee guida del Comitato europeo per la protezione dei dati 8/2020 sul targeting degli utenti di social media, non dovrebbe essere consentito. Senza tali restrizioni imposte alle tecniche di targeting e di fornitura della pubblicità, il targeting e la fornitura della pubblicità politica basati su dati personali comporterebbero probabilmente un rischio elevato per i diritti e le libertà delle persone fisiche.

Emendamento 20
Proposta di regolamento
Considerando 47 octies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 octies) I dati personali messi a disposizione dovrebbero includere solo categorie di dati personali forniti

esplicitamente e attivamente dall'interessato al solo scopo specifico di essere il target di pubblicità politica da parte del titolare del trattamento cui sono stati forniti. Gli interessati non dovrebbero essere i destinatari di pubblicità politica da parte di titolari del trattamento ai quali non hanno fornito i loro dati personali. Quando si forniscono i dati all'editore, questi dovrebbero essere inseriti nell'interfaccia o nelle impostazioni dell'editore. Dovrebbe pertanto essere escluso il trattamento dei dati riguardanti gli interessati che sarebbero altrimenti trattati nel corso del normale utilizzo del servizio, quali metadati, dati sul traffico e dati sulla localizzazione o il contenuto di comunicazioni, personali o pubbliche.

Emendamento 21
Proposta di regolamento
Considerando 47 nonies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 nonies) Alcuni candidati o partiti politici dotati di risorse adeguate potrebbero eludere le restrizioni alle tecniche di targeting con servizi interni che conducono un marketing politico su larga scala. Pertanto, quando gli sponsor trattano dati personali per un marketing politico diretto mirato, come l'invio di messaggi di posta elettronica o messaggi di testo mirati, su larga scala e su base sistematica, dovrebbero applicarsi le restrizioni alle tecniche di targeting, indipendentemente dal fatto che un servizio sia coinvolto o meno. Ciò non incide sul fatto che le restrizioni alle tecniche di targeting e di fornitura della pubblicità non dovrebbero applicarsi alla semplice comunicazione diretta, compresi i messaggi di posta elettronica o i messaggi di testo personalizzati che non sono oggetto di commercializzazione

diretta su larga scala, e ai contenuti organici pubblicati utilizzando servizi intermediari online senza considerare la collocazione, la pubblicazione o la diffusione del messaggio specifico.

Emendamento 22
Proposta di regolamento
Considerando 47 decies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 decies) Al fine di proteggere le elezioni e i referendum, e prevenire indebite ingerenze e manipolazioni e la disinformazione, è necessario aggiungere ulteriori restrizioni per quanto riguarda il targeting e la fornitura della pubblicità nel periodo immediatamente precedente le elezioni o i referendum. Nei 60 giorni che precedono qualsiasi elezione o referendum, le tecniche di targeting e di fornitura della pubblicità nel contesto della pubblicità politica che implicano dati personali forniti dovrebbero essere strettamente limitate all'uso della localizzazione dell'interessato e delle lingue da lui parlate. Anche il fatto che una persona voti per la prima volta potrebbe essere utilizzato, in quanto è importante raggiungere siffatte persone e fornire loro informazioni in merito all'elezione o al referendum. La localizzazione dell'interessato utilizzata per trasmettere messaggi di pubblicità politica mirati dovrebbe essere intesa a livello del collegio elettorale applicabile alle elezioni o ai referendum pertinenti. Tuttavia, negli Stati membri che dispongono di una sola circoscrizione elettorale a livello nazionale per le elezioni del Parlamento europeo, la localizzazione dell'interessato potrebbe essere intesa a livello regionale o equivalente, conformemente al diritto nazionale, per la pubblicità politica

relativa a tali elezioni.

Emendamento 23
Proposta di regolamento
Considerando 47 undecies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 undecies) Il divieto e le restrizioni riguardanti il trattamento dei dati personali per la pubblicità politica non dovrebbero impedire agli sponsor, agli editori di pubblicità politica o ai prestatori di servizi pubblicitari, comprese le piattaforme online, di visualizzare la pubblicità politica online basata su informazioni contestuali, comprese le parole chiave. Questa limitazione è proporzionata alla luce del fatto che gli sponsor hanno accesso ad altre vie per la loro pubblicità politica, in particolare attraverso il targeting contestuale online e attraverso media alternativi offline. Questa limitazione è conforme al diritto di comunicare informazioni e idee di interesse generale che il pubblico ha il diritto di ricevere in quanto tale diritto può essere circoscritto in talune circostanze, se la delimitazione è effettuata in modo ragionevole, accurato e in buona fede, e se è proporzionata e giustificata da motivi pertinenti e sufficienti, in particolare per la tutela dei diritti altrui.

Emendamento 24
Proposta di regolamento
Considerando 47 duodecies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 duodecies)Nel selezionare i parametri di targeting, gli sponsor delineano un pubblico potenziale per la loro pubblicità politica. Tuttavia, a seconda del bilancio che dedicano alla loro campagna

	pubblicitaria, la pubblicità politica non raggiungerà necessariamente l'intero pubblico potenziale. L'editore dovrà scegliere chi, tra questo pubblico potenziale, riceverà effettivamente il messaggio di pubblicità politica. Al fine di prevenire la creazione di camere dell'eco e bolle di filtraggio e di evitare distorsioni demografiche in termini di razza o genere, che si traducono in forme di discriminazione, le piattaforme online non dovrebbero essere autorizzate a trasmettere in modo selettivo la pubblicità politica all'interno del potenziale pubblico destinatario sulla base di un ulteriore trattamento di dati personali. I destinatari effettivi della pubblicità politica dovrebbero pertanto essere selezionati solo in modo casuale dall'editore, senza alcun ulteriore trattamento dei dati personali.

Emendamento 25
Proposta di regolamento
Considerando 14 terdecies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(47 terdecies) Gli ampi obblighi di trasparenza di cui al presente regolamento contribuiranno inoltre a rendere impossibile pronunciare messaggi che passano inosservati, contrari e polarizzanti a specifiche fasce dell'elettorato, perché i guardiani, la società civile, i giornalisti e altre parti dell'elettorato saranno in grado di svolgere il loro controllo.

Emendamento 26
Proposta di regolamento
Considerando 48

Testo della Commissione	*Emendamento*
(48) È opportuno vietare le tecniche di targeting e amplificazione in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento dei dati personali di cui all'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725. L'uso di tali tecniche dovrebbe essere autorizzato soltanto quando a ricorrervi è il titolare del trattamento, o altri per suo conto, con il consenso esplicito dell'interessato o nell'ambito delle sue legittime attività e con adeguate garanzie, o una fondazione, associazione o altro organismo senza scopo di lucro che persegua finalità politiche, filosofiche, religiose o sindacali, a condizione che il trattamento riguardi unicamente i membri, gli ex membri o le persone che hanno regolari contatti con la fondazione, l'associazione o l'organismo a motivo delle sue finalità e che i dati personali non siano comunicati all'esterno senza il consenso dell'interessato. Il tutto dovrebbe essere corredato di salvaguardie specifiche. Per consenso si dovrebbe intendere il consenso ai sensi del regolamento (UE) 2016/679 e del regolamento (UE) 2018/1725. Pertanto non dovrebbe essere possibile invocare le eccezioni di cui all'articolo 9, paragrafo 2, lettere b), c), e), f), g), h), i) e j), del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 2, lettere b), c), e), f), g), h), i) e j), del regolamento (UE) 2018/1725 per il ricorso a tecniche di targeting e amplificazione per pubblicare, promuovere o diffondere pubblicità politica, che comportano il trattamento dei dati personali di cui all'articolo 9, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/725 (1), e all'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/725.	***soppresso***

Emendamento 27
Proposta di regolamento
Considerando 49

Testo della Commissione	*Emendamento*
(49) A fini di una maggiore trasparenza e responsabilità, quando fanno uso di tecniche di targeting ***e amplificazione*** in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento di dati personali, i responsabili del trattamento dovrebbero applicare garanzie supplementari. Dovrebbero adottare e applicare un documento di strategia che descriva l'uso di tali tecniche finalizzato a prendere di mira certe persone ***o amplificare l'impatto***, e tenere traccia delle attività pertinenti. Quando pubblicano, promuovono o diffondono un messaggio di pubblicità politica avvalendosi di tecniche di targeting ***e amplificazione***, i responsabili del trattamento dovrebbero trasmettere, contestualmente al messaggio di pubblicità politica, informazioni significative per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche, compreso se il targeting del messaggio sia stato ulteriormente ottimizzato nella fase di consegna.	(49) A fini di una maggiore trasparenza e responsabilità, quando fanno uso di tecniche di targeting in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento di dati personali, i responsabili del trattamento dovrebbero applicare garanzie supplementari. Dovrebbero adottare e applicare un documento di strategia che descriva l'uso di tali tecniche finalizzato a prendere di mira certe persone***, fornire il contenuto del loro messaggio pubblicitario, effettuare valutazioni annuali dei rischi connessi all'uso di tali tecniche in relazione ai diritti e alle libertà fondamentali delle persone e della società nel suo complesso***, e tenere traccia delle attività pertinenti. Quando pubblicano, promuovono o diffondono un messaggio di pubblicità politica avvalendosi di tecniche di targeting, i responsabili del trattamento dovrebbero trasmettere, contestualmente al messaggio di pubblicità politica, informazioni significative per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche, compreso se il targeting del messaggio sia stato ulteriormente ottimizzato nella fase di consegna.

Emendamento 28
Proposta di regolamento
Considerando 50

Testo della Commissione	*Emendamento*
(50) Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono di tecniche di targeting ***o amplificazione*** dovrebbero includere	(50) Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono di tecniche di targeting dovrebbero includere nell'avviso di

nell'avviso di trasparenza le informazioni necessarie per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche, e un link al documento di strategia del ***responsabile del trattamento***. Se diverso dall'editore di pubblicità politica, il ***responsabile del trattamento*** dovrebbe trasmettere all'editore il documento di strategia interna o un riferimento al medesimo. I prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero trasmettere all'editore di pubblicità politica le informazioni per conformarsi agli obblighi prescritti dal presente regolamento, se necessario. Tali informazioni potrebbero essere trasmesse con processo automatizzato e integrato nei processi operativi ordinari sulla base di regole.

trasparenza le informazioni necessarie per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e se siano stati usati dati di terzi e altre tecniche analitiche, e un link al documento di strategia del ***servizio di pubblicità politica***. Se ***il servizio di pubblicità politica è*** diverso dall'editore di pubblicità politica, il ***servizio*** dovrebbe trasmettere all'editore il documento di strategia interna o un riferimento al medesimo. I prestatori di servizi di pubblicità politica dovrebbero trasmettere all'editore di pubblicità politica le informazioni per conformarsi agli obblighi prescritti dal presente regolamento, se necessario. Tali informazioni potrebbero essere trasmesse con processo automatizzato e integrato nei processi operativi ordinari sulla base di regole.

Emendamento 29
Proposta di regolamento
Considerando 51

Testo della Commissione	*Emendamento*
(51) Affinché gli interessati possano disporre di ancor più poteri di esercizio dei propri diritti di protezione dei dati, è opportuno che gli editori di pubblicità politica forniscano loro informazioni supplementari e strumenti efficaci per sostenere l'esercizio dei diritti conferiti dal quadro giuridico dell'UE sulla protezione dei dati, anche per ***opporsi o*** revocare il proprio consenso se sono il target di un messaggio di pubblicità politica. Dovrebbe inoltre essere possibile accedere facilmente a queste informazioni direttamente dall'avviso di trasparenza. Gli strumenti messi a disposizione degli interessati per sostenerne l'esercizio dei diritti dovrebbero essere effettivi e impedire che messaggi di pubblicità politica prendano di mira una data persona e che uno o più responsabili	(51) Affinché gli interessati possano disporre di ancor più poteri di esercizio dei propri diritti di protezione dei dati, è opportuno che gli editori di pubblicità politica forniscano loro informazioni supplementari e strumenti efficaci per sostenere l'esercizio dei diritti conferiti dal quadro giuridico dell'UE sulla protezione dei dati, anche per revocare il proprio consenso se sono il target di un messaggio di pubblicità politica. Dovrebbe inoltre essere possibile accedere facilmente a queste informazioni direttamente dall'avviso di trasparenza. Gli strumenti messi a disposizione degli interessati per sostenerne l'esercizio dei diritti dovrebbero essere effettivi e impedire che messaggi di pubblicità politica prendano di mira una data persona e che uno o più responsabili

del trattamento applichino targeting basati su criteri specifici.	del trattamento applichino targeting basati su criteri specifici.

Emendamento 30
Proposta di regolamento
Considerando 52

Testo della Commissione	*Emendamento*
(52) La Commissione dovrebbe ***incoraggiare l'elaborazione dei codici di condotta di cui all'articolo 40 del regolamento (UE) 2016/679*** a sostegno dell'esercizio dei diritti degli interessati in questo ambito.	(52) La Commissione dovrebbe ***elaborare orientamenti*** a sostegno dell'esercizio dei diritti degli interessati in questo ambito.

Emendamento 31
Proposta di regolamento
Considerando 53

Testo della Commissione	*Emendamento*
(53) Le informazioni obbligatorie a norma di tutte le disposizioni del presente regolamento applicabili alle tecniche di targeting ***e amplificazione*** dovrebbero essere in formato facilmente fruibile, chiaramente visibili e di facile uso, e formulate con linguaggio semplice.	(53) Le informazioni obbligatorie a norma di tutte le disposizioni del presente regolamento applicabili alle tecniche di targeting dovrebbero essere in formato facilmente fruibile, chiaramente visibili e di facile uso, e formulate con linguaggio semplice ***e adatte alle persone con difficoltà uditive e con disabilità visive***.

Emendamento 32
Proposta di regolamento
Considerando 58 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	(58 bis) Ai fini dell'esercizio dei poteri loro conferiti dal presente regolamento, le autorità competenti di cui all'articolo 15 e il comitato europeo per la protezione dei dati dovrebbero disporre di

risorse sufficienti.

Emendamento 33
Proposta di regolamento
Considerando 70

Testo della Commissione	*Emendamento*
(70) Il presente regolamento lascia impregiudicate le norme stabilite nella direttiva 2000/31/CE, in particolare le norme relative alla responsabilità dei prestatori intermediari di servizi di cui agli articoli da 12 a 15 della medesima direttiva modificata dal regolamento (UE) 2021/xxx [legge sui servizi digitali], nel regolamento (UE) 2021/xxx [legge sui mercati digitali], nella direttiva ***2002/58/CE e nel regolamento (UE) XXX [regolamento ePrivacy], nella direttiva*** (UE) 2010/13, nella direttiva ***2000/31***/CE, nella direttiva ***2002/58/CE***, nella direttiva ***2005/29***/CE, nella direttiva ***2011/83***/UE, ***nella direttiva 2006/114/CE, nella*** direttiva ***2006/123***/CE e ***nel*** regolamento (UE) ***2019/1150***.	(70) Il presente regolamento lascia impregiudicate le norme stabilite nella direttiva 2000/31/CE, in particolare le norme relative alla responsabilità dei prestatori intermediari di servizi di cui agli articoli da 12 a 15 della medesima direttiva modificata dal regolamento (UE) 2021/xxx [legge sui servizi digitali], nel regolamento (UE) 2021/xxx [legge sui mercati digitali], nella direttiva (UE) 2010/13, nella direttiva 2005/29/CE, nella direttiva 2011/83/UE, nella direttiva 2006/114/CE, nella direttiva 2006/123/CE e nel regolamento (UE) 2019/1150. ***Il presente regolamento dovrebbe integrare l'acquis dell'Unione in materia di protezione dei dati, in particolare i regolamenti (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 e la direttiva 2002/58/CE, e prevedere norme specifiche in materia di protezione dei dati. Il presente regolamento non prevede una base giuridica che soddisfi i requisiti di cui all'articolo 6 del regolamento (UE) 2016/679 o all'articolo 5 del regolamento (UE) 2018/1725 per il trattamento dei dati personali a fini di pubblicità politica.***

Emendamento 34
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 1 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) norme armonizzate sull'uso delle tecniche di targeting e ***amplificazione*** nell'ambito della pubblicazione, diffusione o promozione di pubblicità politica, che	b) norme armonizzate sull'uso delle tecniche di targeting e ***fornitura di pubblicità*** nell'ambito della pubblicazione, diffusione o promozione di pubblicità

comportano il trattamento di dati personali.	politica, che comportano il trattamento di dati personali.

Emendamento 35
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. Il presente regolamento si applica alla pubblicità politica preparata, collocata, promossa, pubblicata o diffusa nell'Unione, o rivolta a privati in uno o più Stati membri, indipendentemente dal luogo di stabilimento del prestatore di servizi di pubblicità politica e dai mezzi utilizzati.	2. Il presente regolamento si applica alla pubblicità politica ***sponsorizzata,*** preparata, collocata, promossa, pubblicata o diffusa nell'Unione, o rivolta a privati in uno o più Stati membri, indipendentemente dal luogo di stabilimento ***dello sponsor o*** del prestatore di servizi di pubblicità politica e dai mezzi utilizzati.

Emendamento 36
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 2 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	2 bis. I contenuti politici espressi sotto la responsabilità editoriale di un editore a stampa o online o di un fornitore di servizi di media audiovisivi non sono considerati pubblicità politica quando sono sponsorizzati, preparati, collocati, promossi, pubblicati o diffusi, a meno che il fornitore di servizi non sia remunerato in merito in qualsiasi forma da terzi.

Emendamento 37
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 3 – lettera a

Testo della Commissione	*Emendamento*
a) contribuire al corretto funzionamento del mercato interno della	a) contribuire al corretto***, sicuro, affidabile e trasparente*** funzionamento del mercato interno della pubblicità politica e

pubblicità politica e servizi connessi;	servizi connessi;

Emendamento 38
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 3 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) tutelare le persone fisiche ***con riguardo al trattamento*** dei dati ***personali.***	b) tutelare ***i diritti e*** le ***libertà fondamentali delle*** persone fisiche***, in particolare per quanto riguarda il diritto alla vita privata e alla protezione*** dei dati***, la libertà di espressione e di informazione e la non discriminazione, come sancito dalla Carta dei diritti fondamentali;***

Emendamento 39Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 3 – lettera b bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	b bis) sostenere i valori su cui l'Unione si fonda, di cui all'articolo 2 del trattato sull'Unione europea, in particolare il rispetto della libertà, della democrazia e dello Stato di diritto, assicurando che i cittadini dell'Unione possano esercitare i diritti democratici fondamentali, segnatamente il diritto a formarsi un'opinione e il diritto a votare in un ambiente trasparente.

Emendamento 40
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 4 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) direttiva 2002/58/CE ***e regolamento (UE) XXX [regolamento ePrivacy]***;	b) direttiva 2002/58/CE;

Emendamento 41
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 4 – lettera i bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	i bis) regolamento (UE) 2022/2065

Emendamento 42
Proposta di regolamento
Articolo 1 – paragrafo 4 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	4 bis. Le norme sulla protezione dei dati relative al trattamento dei dati personali di cui al presente regolamento sono considerate norme specifiche in materia di protezione dei dati rispetto alle norme generali stabilite nei regolamenti (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725. Nessuna delle disposizioni del presente regolamento possono essere applicate o interpretate in modo tale da ridurre o limitare il livello di protezione offerto dal diritto al rispetto della vita privata e alla protezione dei dati personali e dal diritto alla libertà di espressione tutelato dalla Carta dei diritti fondamentali e dal diritto dell'Unione in materia di protezione dei dati e della vita privata, in particolare dai regolamenti (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725.

Emendamento 43
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 1

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. qualsiasi attività economica non salariata, di cui all'articolo 57 TFUE, fornita normalmente dietro retribuzione;	1. qualsiasi attività economica non salariata, di cui all'articolo 57 TFUE, fornita normalmente dietro retribuzione ***o eventuali benefici***;

Emendamento 44
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 2 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. "pubblicità politica": la preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione o diffusione, con qualsiasi mezzo, di un messaggio:	2. "pubblicità politica": la ***sponsorizzazione,*** preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione o diffusione, con qualsiasi mezzo, di un messaggio:

Emendamento 45
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 2 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) che possa influenzare l'esito di un'elezione o di un referendum, ***di un processo legislativo o regolamentare*** o di un comportamento di voto***;***	b) che possa influenzare l'esito di un'elezione o di un referendum, o di un comportamento di voto***, o***

Emendamento 46
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 2 – lettera b bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	b bis) che possa influenzare un processo legislativo o regolamentare.

Emendamento 47
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 4 – lettera b ter (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	b ter) un governo a livello nazionale, regionale o locale, organi di governo con o senza personalità giuridica e le relative

fondazioni pubbliche;

Emendamento 48
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 4 – lettera b quater (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	b quater) un'istituzione dell'Unione e i relativi organi con o senza personalità giuridica;

Emendamento 49
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 4 – lettera g

Testo della Commissione	*Emendamento*
g) un'organizzazione di campagne politiche dotata o meno di personalità giuridica, istituita per ***conseguire*** un preciso risultato in un'elezione o in un referendum;	g) un'organizzazione di campagne politiche dotata o meno di personalità giuridica, istituita per ***influenzare*** un preciso risultato in un'elezione o in un referendum;

Emendamento 50
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 4 – lettera h bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	h bis) qualsiasi persona fisica o giuridica che abbia un legame di controllo con una persona o un'organizzazione di cui alle lettere da a) a h) che sia collegata alla pubblicità politica.

Emendamento 51
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 5

Testo della Commissione	*Emendamento*
5. "servizio di pubblicità politica": un	5. "servizio di pubblicità politica": un

servizio che offre pubblicità politica, ***diverso da*** un ***servizio intermediario online ai sensi dell'articolo 2, lettera f), del regolamento (UE) 2021/XXX [legge sui servizi digitali], fornito senza considerare la collocazione, pubblicazione o diffusione del messaggio specifico***;	servizio che offre pubblicità politica ***fornito senza considerare la collocazione, pubblicazione o diffusione del messaggio specifico***, ***ad eccezione di*** un ***servizio intermediario online ai sensi dell'articolo 3, lettera g), del regolamento (UE) 2022/2065***;

Emendamento 52
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 7

Testo della Commissione	*Emendamento*
7. "sponsor": la persona fisica o giuridica per conto della quale è preparato, collocato, pubblicato o diffuso un messaggio di pubblicità politica;	7. "sponsor": la persona fisica o giuridica per conto della quale è preparato, collocato, pubblicato***, promosso*** o diffuso un messaggio di pubblicità politica;

Emendamento 53
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 7 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	7 bis. "dati personali": le informazioni definite all'articolo 4, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 3, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2018/1725;

Emendamento 54
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 8

Testo della Commissione	*Emendamento*
8. "tecniche di targeting ***o amplificazione***": le tecniche usate per rivolgere solo a una persona specifica o a un gruppo specifico di persone un messaggio di pubblicità politica concepito su misura, o ***per aumentarne la diffusione***, ***la portata o*** la ***visibilità***;	8. "tecniche di targeting": le tecniche usate ***da sponsor, editori di pubblicità politica o prestatori di servizi pubblicitari*** per rivolgere solo a una persona specifica o a un gruppo specifico di persone un messaggio di pubblicità politica concepito su misura, o ***escluderle mediante il trattamento di dati personali***, ***in***

	particolare attraverso la ***raccolta dei loro dati***;

Emendamento 55
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 8 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	8 bis. "tecniche di fornitura della pubblicità": le tecniche automatizzate di trattamento dei dati personali, tipicamente basate su algoritmi o sul trattamento automatizzato dei dati, che sono impiegate dagli editori di pubblicità politica o dai prestatori di servizi di pubblicità politica coinvolti nella promozione, pubblicazione e diffusione di pubblicità politica per determinare un pubblico specifico all'interno del pubblico potenziale definito dagli sponsor e dai prestatori di servizi di pubblicità che agiscono per conto degli sponsor.

Emendamento 56
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 9

Testo della Commissione	*Emendamento*
9. "periodo elettorale": il periodo precedente, immediatamente successivo o contestuale a un'elezione o a un referendum in uno Stato membro durante il quale le attività di campagna elettorale sono soggette a norme specifiche;	9. "periodo elettorale": il periodo precedente, immediatamente successivo o contestuale a un'elezione o a un referendum in uno Stato membro durante il quale le attività di campagna elettorale sono soggette a norme specifiche ***conformemente al diritto nazionale***;

Emendamento 57
Proposta di regolamento
Articolo 2 – comma 1 – punto 11

Testo della Commissione	*Emendamento*
11. "editore di pubblicità politica": la persona fisica o giuridica che ***radiodiffonde, rende disponibile da un'interfaccia o altrimenti rende di dominio pubblico*** messaggi di pubblicità politica ***con*** qualsiasi ***mezzo***;	11. "editore di pubblicità politica": la persona fisica o giuridica che ***fornisce*** messaggi di pubblicità politica ***all'elettorato pertinente in*** qualsiasi ***modo***;

Emendamento 58
Proposta di regolamento
Articolo 2 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo 2 bis
	Individuazione di un messaggio di pubblicità politica
	Onde determinare se un messaggio costituisce un messaggio di pubblicità politica ai sensi dell'articolo 2, punto 2, lettere b) e c), ne sono tenute in considerazione tutte le caratteristiche, in particolare i fattori pertinenti seguenti:
	a) il contenuto del messaggio;
	b) lo sponsor del messaggio;
	c) la lingua utilizzata per trasmettere il messaggio;
	d) i mezzi con cui il messaggio è promosso, pubblicato o diffuso;
	e) il contesto in cui il messaggio è trasmesso, ivi compreso il periodo di diffusione, come periodi elettorali o referendari, e i suoi obiettivi;
	f) se il messaggio può influenzare l'elettorato pertinente.

Emendamento 59
Proposta di regolamento
Articolo 3 – paragrafo 2 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	2 bis. Gli Stati membri non subiscono divieti né limitazioni in merito al mantenimento o all'introduzione di un periodo di silenzio sulla pubblicità politica prima di elezioni o referendum durante il quale la preparazione, il collocamento, la promozione, la pubblicazione o la diffusione di nuovi messaggi pubblicitari politici possono essere limitati.

Emendamento 60
Proposta di regolamento
Articolo 3 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo 3 bis
	Pubblicità politica transfrontaliera
	1. Gli editori di pubblicità politica o i prestatori di servizi di pubblicità politica non discriminano gli sponsor legalmente stabiliti o registrati nell'Unione solo sulla base del loro luogo di residenza o, se applicabile, di stabilimento, quando tali attori richiedono, concludono o detengono un contratto di pubblicità politica all'interno dell'Unione.
	2. In deroga al paragrafo 1, l'editore o il prestatore di servizi di pubblicità politica può rifiutare di prestare servizi in uno Stato membro in cui tale editore o prestatore non svolge attività d'impresa.

Emendamento 61
Proposta di regolamento
Articolo 4 – titolo

Testo della Commissione	*Emendamento*
Trasparenza	Trasparenza ***e dovuta diligenza***

Emendamento 62
Proposta di regolamento
Articolo 4 – comma

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. I servizi di pubblicità politica devono essere forniti in modo trasparente, in conformità degli obblighi di cui agli articoli da 5 a 11 e all'articolo 14 del presente regolamento.	1. I servizi di pubblicità politica devono essere forniti in modo trasparente ***e diligente***, in conformità degli obblighi di cui agli articoli da 5 a 11 e all'articolo 14 del presente regolamento.

Emendamento 63
Proposta di regolamento
Articolo 4 – paragrafo 1 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 bis. I servizi di pubblicità politica sono finanziati da o forniti a uno sponsor o a un prestatore di servizi che agisce per conto di uno sponsor che è cittadino dell'Unione o residente nell'Unione o è una persona giuridica riconosciuta o stabilita in conformità dell'ordinamento giuridico di almeno uno Stato membro o di un paese terzo che è membro del Consiglio d'Europa, ha pieni diritti di rappresentanza e riconosce valori equivalenti dell'Unione.

Emendamento 64
Proposta di regolamento
Articolo 4 – paragrafo 1 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 ter. I prestatori di servizi di pubblicità politica provvedono affinché gli sponsor o i prestatori di servizi che agiscono per conto di uno sponsor utilizzino i loro servizi per la pubblicità politica solo se hanno ottenuto le seguenti informazioni prima di tale utilizzo:
	a) il nome, l'indirizzo, il numero di telefono e l'indirizzo di posta elettronica

dello sponsor;

b) una copia del documento di identificazione contenente solo le informazioni pertinenti dello sponsor o qualsiasi altra identificazione elettronica quale definita all'articolo 3, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 910/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio[1 bis], che è utilizzata solo a fini di identificazione ed è cancellata immediatamente dopo;

c) i dati relativi al conto di pagamento dello sponsor;

[1 bis] Regolamento (UE) n. 910/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 23 luglio 2014, in materia di identificazione elettronica e servizi fiduciari per le transazioni elettroniche nel mercato interno e che abroga la direttiva 1999/93/CE (GU L 257 del 28.8.2014, pag. 73).

Emendamento 65
Proposta di regolamento
Articolo 5 – paragrafo 1 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 bis. La Commissione prepara orientamenti onde contribuire alla corretta applicazione del presente articolo.

Emendamento 66
Proposta di regolamento
Articolo 5 – paragrafo 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. I prestatori di servizi di pubblicità politica provvedono affinché l'accordo contrattuale concluso per la prestazione di un servizio di pubblicità politica specifichi in che modo è garantita l'osservanza delle pertinenti disposizioni del presente	***soppresso***

regolamento.

Emendamento 67
Proposta di regolamento
Articolo 6 – paragrafo 1 – lettera c

Testo della Commissione	*Emendamento*
c) gli importi fatturati per il servizio o i servizi forniti e il valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale di detto servizio o servizi***; e***	c) gli importi fatturati per il servizio o i servizi forniti e il valore di altre prestazioni percepite ***o da percepire*** in cambio parziale o integrale di detto servizio o servizi***, le relative fonti;***

Emendamento 68
Proposta di regolamento
Articolo 6 – paragrafo 1 – lettera d

Testo della Commissione	*Emendamento*
d) l'identità dello sponsor e ***suoi*** dati di contatto***,*** se applicabile***.***	d) l'identità ***dell'attore politico,*** dello sponsor ***del messaggio di pubblicità politica*** e***,*** se applicabile***, dell'entità o della persona che in ultima istanza controlla lo sponsor, i loro*** dati di contatto ***verificati elettronicamente e il loro luogo di stabilimento o residenza; e***

Emendamento 69
Proposta di regolamento
Articolo 6 – paragrafo 1 – lettera d bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	d bis) l'indicazione dell'elezione o del referendum pertinenti o del processo legislativo o regolamentare cui sono finalizzati i messaggi di pubblicità politica, se del caso.

Emendamento 70
Proposta di regolamento
Articolo 6 – paragrafo 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. Le informazioni di cui al paragrafo 1 sono in forma scritta e possono essere in formato elettronico. Dette informazioni sono conservate per un periodo di ***cinque*** anni dalla data dell'ultima preparazione, collocazione, pubblicazione o diffusione, a seconda dei casi.	2. Le informazioni di cui al paragrafo 1 sono in forma scritta e possono essere in formato elettronico. Dette informazioni sono conservate per un periodo di ***10*** anni dalla data dell'ultima preparazione, collocazione***, promozione***, pubblicazione o diffusione, a seconda dei casi. ***I dati personali utilizzati per verificare o accertare la validità di tali informazioni sono conservati solo per il tempo necessario a tale scopo e non sono utilizzati per altri fini.***

Emendamento 71
Proposta di regolamento
Articolo 6 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo 6 bis
	Etichettatura di un messaggio di pubblicità politica
	1. Gli editori di pubblicità politica si accertano che ogni messaggio di pubblicità politica contenga un'etichetta chiara attestante che si tratta di:
	a) un messaggio di pubblicità politica, nei casi di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettere a) e b); o
	b) un messaggio pubblicitario di interesse pubblico, nei casi di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera c).
	Nonostante la differenza di etichettatura di cui al comma 1, tutte le disposizioni del presente regolamento si applicano uniformemente a entrambe le lettere a) e b).

Emendamento 72
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 1 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. ***Ogni messaggio pubblicitario fornito nell'ambito di un servizio*** di pubblicità politica ***deve riportare*** in modo chiaro, ben visibile e privo di ambiguità le informazioni seguenti:	1. ***L'editore di pubblicità politica garantisce in tempo reale che ciascun messaggio*** di pubblicità politica ***contenga*** in modo ***facilmente fruibile, leggibile da un dispositivo automatico,*** chiaro, ben visibile e privo di ambiguità le informazioni seguenti:

Emendamento 73
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 1 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) l'identità dello sponsor del messaggio pubblicitario e ***dell'entità*** che in ultima istanza controlla lo sponsor;	b) l'identità ***dell'attore politico e*** dello sponsor del messaggio pubblicitario e ***di qualsiasi entità o persona*** che in ultima istanza controlla ***o finanzia*** lo sponsor;

Emendamento 74
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 1 – lettera c

Testo della Commissione	*Emendamento*
c) un avviso di trasparenza ***che renda comprensibili il contesto più ampio in cui si situa il messaggio di pubblicità politica e i suoi obiettivi***, oppure l'indicazione chiara di dove lo si possa reperire ***facilmente***.	c) un avviso di trasparenza***, come indicato al paragrafo 2***, oppure l'indicazione chiara di dove lo si possa reperire.

Emendamento 75
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 1 – lettera c bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c bis) una dichiarazione relativa alla natura mirata del messaggio di pubblicità, i dati utilizzati per il targeting e il tipo di informazioni personali utilizzate se per determinare il pubblico cui il messaggio di pubblicità è presentato sono trattati dati personali.

Emendamento 76
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 1 – lettera c ter (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c ter) una dichiarazione sul costo di quella singola pubblicità.

Emendamento 77
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 1 – comma 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
Gli editori di pubblicità politica ***si avvalgono di*** tecniche di etichettatura efficienti e visibili, che permettano di identificare facilmente come tale un messaggio di pubblicità politica e garantiscano che l'etichettatura permanga nell'eventualità che il messaggio pubblicitario sia ulteriormente diffuso.	Gli editori di pubblicità politica ***utilizzano almeno il 15 % del messaggio pubblicitario mostrato per*** tecniche di etichettatura efficienti e visibili, che permettano di identificare facilmente come tale un messaggio di pubblicità politica e garantiscano che l'etichettatura permanga nell'eventualità che il messaggio pubblicitario sia ulteriormente diffuso.

Emendamento 78
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. L'avviso di trasparenza ***deve essere incluso in ogni*** messaggio pubblicitario ***o***	2. L'avviso di trasparenza ***afferma che il*** messaggio pubblicitario ***costituisce una***

essere comunque facilmente reperibile***,*** e comprende le seguenti informazioni:	***pubblicità politica, è*** facilmente reperibile ***in ogni messaggio pubblicitario politico*** e comprende le seguenti informazioni:

Emendamento 79
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera -a (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	-a) una descrizione del contesto più ampio in cui si situa il messaggio di pubblicità politica e i suoi obiettivi;

Emendamento 80
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera a

Testo della Commissione	*Emendamento*
a) identità dello sponsor e dati di contatto;	a) identità ***e luogo di residenza o di stabilimento*** dello sponsor ***o, se del caso, del soggetto o della persona che in ultima istanza controlla lo sponsor*** e ***loro*** dati di contatto ***verificati***;

Emendamento 81
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera a bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	a bis) una dichiarazione relativa alla natura mirata del messaggio di pubblicità, il pubblico di riferimento, i dati utilizzati per il targeting e il tipo di informazioni personali utilizzate se per determinare il pubblico cui il messaggio di pubblicità è presentato sono trattati dati personali e la relative fonte, se del caso;

Emendamento 82
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) periodo durante il quale è prevista la pubblicazione e diffusione del messaggio pubblicitario;	b) periodo durante il quale è prevista la ***collocazione, la*** pubblicazione***, la promozione*** e diffusione del messaggio pubblicitario***, ivi comprese, se del caso, le date di inizio e di fine della campagna politica***;

Emendamento 83
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera c

Testo della Commissione	*Emendamento*
c) in base anche alle informazioni ricevute conformemente all'articolo 6, paragrafo 3, informazioni sugli importi aggregati spesi o altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale della preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione e diffusione del messaggio in questione, e della campagna di pubblicità politica se del caso, e relative fonti;	c) in base anche alle informazioni ricevute conformemente all'articolo 6, paragrafo 3, informazioni sugli importi aggregati spesi o altre prestazioni percepite ***dall'editore della pubblicità politica*** in cambio parziale o integrale della preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione***, promozione*** e diffusione del messaggio in questione, e della campagna di pubblicità politica se del caso, e relative fonti;

Emendamento 84
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera c bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c bis) le informazioni sugli importi aggregati o altre prestazioni percepite da tutti i fornitori di servizi di pubblicità politica, compresi quelli percepiti dagli editori, nell'intera catena di valore in cambio parziale o integrale della preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione e diffusione del messaggio in questione, e della campagna di

	pubblicità politica se del caso;

Emendamento 85
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera c ter (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c ter) le fonti dei fondi usati in relazione alle lettere c) e c bis);

Emendamento 86
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera c quater (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c quater) collegamenti alle informazioni aggregate sulle pubblicità politiche attive e non attive la cui origine è riconducibile allo stesso sponsor, se del caso;

Emendamento 87
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera d

Testo della Commissione	*Emendamento*
d) indicazione delle elezioni o dei referendum cui è connesso il messaggio pubblicitario, se del caso;	d) indicazione delle elezioni o dei referendum ***specifici*** cui è connesso il messaggio pubblicitario ***e del periodo elettorale pertinente***, se del caso;

Emendamento 88
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera e

Testo della Commissione	*Emendamento*
e) link ai registri ***di*** pubblicità online, se del caso;	e) link ai registri ***della*** pubblicità ***politica*** online, se del caso***, e relativa ubicazione nella biblioteca europea dei***

messaggi di pubblicità politica;

Emendamento 89
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 2 – lettera f bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	f bis) informazioni su altri possibili messaggi pubblicitari forniti nell'ambito della stessa campagna.

Emendamento 90
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 3

Testo della Commissione	*Emendamento*
3. Gli editori di pubblicità politica compiono quanto è ragionevolmente in loro potere per garantire che le informazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 siano complete e, ove ciò non fosse, si astengono dal mettere a disposizione il messaggio di pubblicità politica.	3. Gli editori di pubblicità politica compiono quanto è ragionevolmente in loro potere ***prima di diffondere la pubblicità al pubblico*** per garantire che le informazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 siano complete e, ove ciò non fosse, si astengono dal mettere a disposizione il messaggio di pubblicità politica.

Emendamento 91
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 3 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	3 bis. Gli sponsor, i prestatori di servizi e gli editori di pubblicità politica sono responsabili dell'adempimento degli obblighi derivanti dalla loro sfera di interessi a norma del presente articolo conformemente al diritto nazionale applicabile.

Emendamento 92
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 3 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	3 ter. Qualora possieda informazioni indicanti che le informazioni di cui ai paragrafi 1 e 2 sono incomplete o inaccurate, l'editore di pubblicità politica compie quanto ragionevolmente in suo potere, tra l'altro contattando lo sponsor o i prestatori di servizi pertinenti, per completare o correggere dette informazioni. Finché dette informazioni non sono corrette, l'editore di pubblicità politica non rende disponibile il messaggio di pubblicità politica ovvero ne sospende la messa a disposizione e ne informa il prestatore di servizi pertinente e lo sponsor.

Emendamento 93
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 7 quater (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	3 quater. Qualora vengano a conoscenza del fatto che le informazioni trasmesse all'editore di pubblicità politica, o da questo pubblicate, sono incomplete o inaccurate, gli sponsor o i prestatori di servizi di pubblicità politica contattano l'editore interessato senza indebito ritardo e, ove pertinente, trasmetteno informazioni complete o accurate all'editore di pubblicità politica.

Emendamento 94
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 4

Testo della Commissione	*Emendamento*
4. Gli avvisi di trasparenza devono	4. Gli avvisi di trasparenza devono

essere aggiornati, in formato facilmente fruibile e, se tecnicamente fattibile, leggibili da dispositivo automatico, chiaramente visibili e di facile uso, ***e*** formulati con linguaggio semplice***. Le informazioni sono pubblicate dall'editore di pubblicità politica contestualmente al messaggio pubblicitario sin dalla prima pubblicazione fino a un anno dopo l'ultima pubblicazione***.	essere aggiornati, in formato facilmente fruibile***, anche per le persone con disabilità,*** e, se tecnicamente fattibile, leggibili da dispositivo automatico, ***ben strutturati,*** chiaramente visibili e di facile uso, formulati con linguaggio semplice ***e devono essere resi disponibili online. La lingua dell'avviso di trasparenza è la lingua del messaggio di pubblicità politica***.

Emendamento 95
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 5

Testo della Commissione	*Emendamento*
5. Gli editori di pubblicità politica conservano ***gli avvisi*** di ***trasparenza ed eventuali modifiche per un periodo*** di ***cinque anni dalla fine del*** periodo di ***cui al paragrafo 4***.	5. Gli editori di pubblicità politica ***pubblicano e*** conservano ***il messaggio*** di ***pubblicità politica e i suoi avvisi*** di ***trasparenza con la cronologia di eventuali modifiche per un*** periodo di ***un anno dall'ultima pubblicazione***.

Emendamento 96
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 5 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	5 bis. Gli editori di pubblicità politica assicurano che le informazioni contenute nell'avviso di trasparenza siano condivise con la biblioteca europea dei messaggi di pubblicità politica senza indebito ritardo. La biblioteca europea contiene tutte le versioni del messaggio di pubblicità. Le informazioni rese disponibili sull'interfaccia degli editori di pubblicità politica sono fornite in formato leggibile da un dispositivo automatico in base a una struttura e a norme di dati comuni e sono accessibili mediante un'interfaccia di programmazione dell'applicazione comune, sviluppata dalla Commissione in consultazione con i pertinenti portatori di

interessi.

Emendamento 97
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 6

Testo della Commissione	*Emendamento*
6. Gli editori di pubblicità politica che sono piattaforme online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo ***25*** del regolamento (UE) ***2021/xxx*** [legge sui servizi digitali] provvedono affinché i registri che devono rendere disponibili al pubblico a norma dell'articolo ***30*** di detto regolamento ***[legge sui servizi digitali]*** contengano le informazioni di cui al paragrafo 2 per ogni messaggio di pubblicità politica registrato.	6. Gli editori di pubblicità politica che sono piattaforme online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo ***33*** del regolamento (UE) ***2022/2065*** provvedono affinché i registri che devono rendere disponibili al pubblico a norma dell'articolo ***39*** di detto regolamento contengano le informazioni di cui al paragrafo 2 per ogni messaggio di pubblicità politica registrato ***senza indebito ritardo e garantiscano l'accesso in tempo reale a tali informazioni alle pertinenti autorità competenti degli Stati membri. Il registro contiene tutte le versioni del messaggio di pubblicità ed è accessibile al pubblico.***

Emendamento 98
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 7

Testo della Commissione	*Emendamento*
7. ***Gli Stati membri, comprese le autorità di controllo, e*** la Commissione ***incoraggiano l'elaborazione di codici di condotta destinati a*** contribuire alla corretta applicazione del presente articolo, che tengano conto delle specificità dei prestatori di servizi interessati e delle esigenze specifiche delle micro, piccole e medie imprese definite all'articolo 3 della direttiva 2013/34/UE.	7. La Commissione***, in cooperazione con gli Stati membri, redige orientamenti per*** contribuire alla corretta applicazione del presente articolo, che tengano conto delle specificità dei prestatori di servizi interessati e delle esigenze specifiche delle micro, piccole e medie imprese definite all'articolo 3 della direttiva 2013/34/UE. ***Tali orientamenti contengono istruzioni in merito all'applicazione del presente articolo per la pubblicità politica online e offline. In particolare, tali orientamenti contengono istruzioni per gli editori di pubblicità politica su come trattare le***

segnalazioni in modo diligente e rapido di cui all'articolo 9, paragrafo 3.

Emendamento 99
Proposta di regolamento
Articolo 7 – paragrafo 8

Testo della Commissione	*Emendamento*
8. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 19 al fine di modificare l'allegato I aggiungendo, cambiando o sopprimendo elementi dell'elenco delle informazioni obbligatorie a norma del paragrafo 2 se alla luce degli sviluppi tecnologici dette modifiche si rivelano necessarie alla comprensione del contesto più ampio in cui si situa il messaggio di pubblicità politica e dei suoi obiettivi.	8. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 19 al fine di modificare l'allegato I aggiungendo, cambiando o sopprimendo elementi dell'elenco delle informazioni obbligatorie a norma del paragrafo 2 se alla luce degli sviluppi tecnologici***, della ricerca scientifica e degli sviluppi conseguiti dalle autorità competenti a livello nazionale o dell'Unione*** dette modifiche si rivelano necessarie alla comprensione del contesto più ampio in cui si situa il messaggio di pubblicità politica e dei suoi obiettivi***, senza diminuire il livello di trasparenza***.

Emendamento 100
Proposta di regolamento
Articolo 7 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo 7 bis
	Biblioteca europea dei messaggi di pubblicità politica
	La Commissione istituisce e gestisce una biblioteca europea dei messaggi di pubblicità politica per ospitare, archiviare e rendere pubbliche le informazioni relative ai messaggi di pubblicità politica di cui all'articolo 7. La Commissione conserva tali informazioni per un periodo di 11 anni dopo la prima pubblicazione del messaggio di pubblicità politica. I dati personali sono conservati soltanto per un periodo di cinque anni.

Emendamento 101
Proposta di regolamento
Articolo 8 – paragrafo 1

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. Nel fornire servizi di pubblicità politica, gli editori includono nel bilancio di esercizio informazioni sugli importi fatturati o sul valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale di detti servizi, compreso l'uso di tecniche di targeting ***e amplificazione***, aggregati per campagna, ***nell'ambito*** della loro relazione sulla gestione ai sensi dell'articolo 19 della direttiva 2013/34/UE.	1. Nel fornire servizi di pubblicità politica, gli editori includono nel bilancio di esercizio informazioni sugli importi fatturati o sul valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale di detti servizi, compreso l'uso di tecniche di targeting, aggregati per campagna, ***quale parte distinta*** della loro relazione sulla gestione ai sensi dell'articolo 19 della direttiva 2013/34/UE.

Emendamento 102
Proposta di regolamento
Articolo 9 – paragrafo 1

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. Nel fornire servizi di pubblicità politica, gli editori mettono in atto meccanismi di cui chiunque possa avvalersi per segnalare, senza spese, che un determinato messaggio pubblicitario di loro pubblicazione non è conforme al presente regolamento.	1. Nel fornire servizi di pubblicità politica, gli editori mettono in atto meccanismi di ***facile uso di*** cui chiunque possa avvalersi per segnalare, senza spese, che un determinato messaggio pubblicitario di loro pubblicazione non è conforme al presente regolamento.

Emendamento 103
Proposta di regolamento
Articolo 9 – paragrafo 3

Testo della Commissione	*Emendamento*
3. Gli editori di pubblicità politica acconsentono a che le ***informazioni*** di cui al paragrafo 1 siano presentate con mezzi elettronici. Gli editori di pubblicità politica informano gli interessati del seguito dato alla segnalazione di cui al paragrafo 1.	3. Gli editori di pubblicità politica acconsentono a che le ***segnalazioni*** di cui al paragrafo 1 siano presentate con mezzi elettronici. ***Chi effettua la segnalazione non è tenuto a fornire dati personali.*** Gli editori di pubblicità politica informano gli interessati ***che decidono di fornire dati di***

contatto del seguito dato alla segnalazione di cui al paragrafo 1.

Emendamento 104
Proposta di regolamento
Articolo 9 – paragrafo 3 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	3 bis. Gli editori di pubblicità politica esaminano e trattano la segnalazione di cui al paragrafo 1 di conseguenza, in modo diligente, obiettivo e non discriminatorio e senza indebito ritardo, entro cinque giorni. Se la segnalazione riguarda pubblicità politica relativa a elezioni o referendum che si svolgono entro meno di 30 giorni, gli editori di pubblicità politica esaminano e trattano la segnalazione entro 36 ore.

Emendamento 105
Proposta di regolamento
Articolo 9 – paragrafo 3 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	3 ter. Gli editori di pubblicità politica informano gli interessati delle loro osservazioni e decisioni in merito alla segnalazione di cui al paragrafo 1. Gli editori pertinenti informano gli interessati del meccanismo di ricorso relativo alla segnalazione.

Emendamento 106
Proposta di regolamento
Articolo 9 – paragrafo 4

Testo della Commissione	*Emendamento*
4. Segnalazioni di cui al paragrafo 1 ripetute e inerenti allo stesso messaggio	4. Segnalazioni di cui al paragrafo 1 ripetute e inerenti allo stesso messaggio

pubblicitario o alla stessa campagna pubblicitaria possono ricevere una risposta ***collettiva, anche con riferimento a un messaggio pubblicitario sul sito web dell'editore di pubblicità politica interessato***.	pubblicitario o alla stessa campagna pubblicitaria possono ricevere una risposta ***automatizzata***.

Emendamento 107
Proposta di regolamento
Articolo 9 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo 9 bis
	Diritto di presentare un reclamo
	1. Le persone fisiche e giuridiche hanno il diritto di presentare un reclamo contro soggetti politici, editori, sponsor e fornitori di servizi riguardo una presunta violazione del presente regolamento.
	2. Gli Stati membri, il comitato europeo per la protezione dei dati o la Commissione stabiliscono norme sul diritto di presentare un reclamo di cui al paragrafo 1. Le autorità competenti valutano il reclamo in modo obiettivo e dispongono dei poteri di cui all'articolo 15, paragrafo 4. Nel corso di tali procedimenti, le parti interessate hanno il diritto di ricevere informazioni adeguate sullo stato del reclamo, conformemente al diritto nazionale e dell'Unione.
	3. Se il reclamo rientra fra le responsabilità di un'altra autorità competente nel suo Stato membro o a livello dell'Unione, l'autorità che riceve il reclamo lo trasmette a tale autorità competente entro sette giorni. Durante i periodi elettorali, il reclamo è trasmesso senza indebito ritardo. L'autorità competente che riceve il reclamo valuta e, se del caso, agisce al riguardo entro 15 giorni. Durante i periodi elettorali, la

valutazione deve avvenire entro 5 giorni.

Emendamento 108
Proposta di regolamento
Articolo 9 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo 9 ter
	Segnalatori attendibili di messaggi di pubblicità politica illeciti
	1. Gli editori di pubblicità politica che consentono agli sponsor di pubblicare messaggi di pubblicità politica online adottano le misure tecniche e organizzative necessarie per assicurare che le segnalazioni trasmesse da segnalatori attendibili di messaggi di pubblicità politica illeciti attraverso il meccanismo di cui all'articolo 9 siano trattate e oggetto di una decisione in via prioritaria e senza indebito ritardo.
	2. La qualifica di segnalatore attendibile di messaggi di pubblicità politica illeciti è riconosciuta dalle autorità nazionali competenti a qualsivoglia soggetto, su richiesta, qualora il soggetto abbia dimostrato di soddisfare tutte le condizioni seguenti:
	a) dispone di conoscenze e competenze particolari ai fini dell'individuazione, dell'identificazione e della segnalazione di messaggi pubblicitari politici non conformi al presente regolamento;
	b) rappresenta interessi collettivi ed è indipendente da qualsiasi editore di pubblicità politica, sponsor o attore politico;
	c) svolge le proprie attività al fine di presentare le notifiche in modo diligente, accurato e obiettivo.
	3. Le autorità nazionali competenti comunicano alla Commissione e al

comitato europeo per i servizi digitali i nomi, gli indirizzi e gli indirizzi di posta elettronica dei soggetti cui è stata riconosciuta la qualifica di segnalatore affidabile o cui è stato revocato la qualifica a norma del paragrafo 6.

4. La Commissione pubblica le informazioni di cui al paragrafo 3 in un formato facilmente accessibile e leggibile meccanicamente in una banca dati accessibile al pubblico e provvede all'aggiornamento di quest'ultima.

5. Qualora disponga di informazioni che indicano che un segnalatore attendibile di messaggi di pubblicità politica illeciti ha trasmesso un numero significativo di segnalazioni insufficientemente precise, inaccurate o non adeguatamente corroborate mediante i meccanismi di cui all'articolo 9, un editore di pubblicità politica comunica dette informazioni alle autorità nazionali competenti, corredate delle spiegazioni e dei documenti giustificativi necessari. Una volta ricevute le informazioni dall'editore di pubblicità politica e ove il coordinatore dei servizi digitali ritenga che vi siano motivi legittimi per avviare un'indagine, la qualifica di segnalatore attendibile è sospesa durante il periodo dell'indagine, che è condotta senza indebiti ritardi.

6. L'autorità nazionale competente che ha riconosciuto la qualifica di segnalatore attendibile a un soggetto revoca tale qualifica se accerta, a seguito di un'indagine avviata di propria iniziativa o in base a informazioni ricevute da terzi, comprese le informazioni fornite da un editore di pubblicità politica a norma del paragrafo 5, che il soggetto non soddisfa più le condizioni di cui al paragrafo 2. Prima di procedere alla revoca di tale qualifica, il coordinatore dei servizi digitali o l'autorità nazionale competente consente al soggetto di reagire alle conclusioni

	dell'indagine e all'intenzione di revocare la qualifica di segnalatore affidabile del soggetto.
	7. La Commissione, previa consultazione del comitato europeo per i servizi digitali, adotta, ove necessario, orientamenti per assistere gli editori di pubblicità politica e le autorità nazionali competenti nell'applicazione dei paragrafi 5 e 6.

Emendamento 109
Proposta di regolamento
Articolo 10 – paragrafo 1 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. Le autorità nazionali competenti hanno facoltà di chiedere a un prestatore di servizi di pubblicità politica di trasmettere le informazioni di cui agli articoli 6, 7 e 8. Le informazioni trasmesse devono essere complete, accurate e affidabili e predisposte in forma comprensibile, chiara, coerente e consolidata. ***Se tecnicamente fattibile,*** le informazioni sono trasmesse in formato leggibile da dispositivo automatico.	1. Le autorità nazionali competenti hanno facoltà di chiedere a un prestatore di servizi di pubblicità politica di trasmettere le informazioni di cui agli articoli 6, 7 e 8. Le informazioni trasmesse devono essere complete, accurate e affidabili e predisposte in forma comprensibile, chiara, coerente e consolidata. Le informazioni sono trasmesse in formato leggibile da dispositivo automatico.

Emendamento 110
Proposta di regolamento
Articolo 10 – paragrafo 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. Quando ricevono una richiesta in conformità del paragrafo 1, i prestatori di servizi di pubblicità politica confermano, entro due giorni lavorativi, l'avvenuto ricevimento e informano l'autorità dei provvedimenti presi per conformarsi. Il prestatore di servizi interessato trasmette le informazioni richieste entro ***10*** giorni lavorativi.	2. Quando ricevono una richiesta in conformità del paragrafo 1, i prestatori di servizi di pubblicità politica confermano, entro due giorni lavorativi, l'avvenuto ricevimento e informano l'autorità dei provvedimenti presi per conformarsi. Il prestatore di servizi interessato trasmette le informazioni richieste entro ***5*** giorni lavorativi ***supplementari***.

Emendamento 111
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 1 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. I prestatori di servizi di pubblicità politica prendono provvedimenti adeguati per trasmettere a soggetti interessati le informazioni di cui all'articolo 6, se richiesto e senza spese.	1. I prestatori di servizi di pubblicità politica prendono provvedimenti adeguati per trasmettere a soggetti interessati le informazioni di cui all'articolo 6, se richiesto***, in un formato di facile uso, quanto più rapidamente possibile ma in ogni caso entro due mesi dalla presentazione della richiesta*** e senza spese.

Emendamento 112
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 1 – comma

Testo della Commissione	*Emendamento*
Il prestatore di servizi di pubblicità politica che sia editore di pubblicità politica prende provvedimenti adeguati anche per trasmettere a soggetti interessati le informazioni di cui all'articolo 7, se richiesto e senza spese.	***soppresso***

Emendamento 113
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 2 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. I soggetti interessati che fanno richiesta di informazioni a norma del paragrafo 1 devono essere indipendenti da interessi commerciali e rientrare in una o più delle categorie seguenti:	2. I soggetti interessati ***stabiliti nell'Unione e*** che fanno richiesta di informazioni a norma del paragrafo 1 devono essere indipendenti da interessi commerciali e rientrare in una o più delle categorie seguenti:

Emendamento 114
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 2 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) membri di un'organizzazione della società civile i cui obiettivi statutari sono proteggere e promuovere l'interesse pubblico***, autorizzata a norma del diritto nazionale o dell'Unione***;	b) membri di un'organizzazione della società civile i cui obiettivi statutari sono proteggere e promuovere l'interesse pubblico;

Emendamento 115
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 2 – lettera d bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	d bis) giornalisti.

Emendamento 116
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 2 – comma 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
Tali soggetti interessati comprendono anche giornalisti accreditati in uno Stato membro da organismi nazionali, europei o internazionali.	***soppresso***

Emendamento 117
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 3

Testo della Commissione	*Emendamento*
3. Su richiesta di un soggetto interessato, il prestatore di servizi ***si adopera in ogni modo per trasmettere***, entro ***un mese***, le informazioni richieste o la risposta motivata di cui al paragrafo 5.	3. Su richiesta di un soggetto interessato, il prestatore di servizi ***trasmette***, entro ***due settimane***, le informazioni richieste o la risposta motivata di cui al paragrafo 5.

Emendamento 118
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 5

Testo della Commissione	*Emendamento*
5. Se le richieste di cui al paragrafo 1 sono manifestamente infondate ***o eccessive***, in particolare per mancanza di chiarezza, il prestatore di servizi può ***rifiutarsi di rispondere***. In tal caso invia una risposta motivata al soggetto interessato che ha fatto richiesta d'informazioni.	5. Se le richieste di cui al paragrafo 1 sono manifestamente infondate, in particolare per mancanza di chiarezza, il prestatore di servizi può ***rigettare la richiesta***. In tal caso invia una risposta motivata ***e informazioni sui mezzi di ricorso*** al soggetto interessato che ha fatto richiesta d'informazioni.

Emendamento 119
Proposta di regolamento
Articolo 11 – paragrafo 7

Testo della Commissione	*Emendamento*
7. Incombe ai prestatori di servizi dimostrare il carattere manifestamente infondato**,** poco chiaro ***o eccessivo*** della richiesta ovvero la sua ripetitività e onerosità in termini di trattamento.	7. Incombe ai prestatori di servizi dimostrare il carattere manifestamente infondato ***o*** poco chiaro della richiesta ovvero la sua ripetitività e onerosità in termini di trattamento.

Emendamento 120
Proposta di regolamento
Capo III – titolo

Testo della Commissione	*Emendamento*
TARGETING E ***AMPLIFICAZIONE DELLA*** PUBBLICITÀ POLITICA	TARGETING E ***FORNITURA DEGLI ANNUNCI DEI SERVIZI DI*** PUBBLICITÀ POLITICA

Emendamento 121
Proposta di regolamento
Articolo -12 (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Articolo -12

	Divieto di ricorrere a tecniche di targeting e di fornitura di pubblicità che comportano il trattamento di categorie particolari di dati personali
	Sono vietate le tecniche di targeting o di fornitura di pubblicità nell'ambito dei servizi di pubblicità politica che comportano il trattamento di categorie particolari di dati personali di cui all'articolo 9 del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10 del regolamento (UE) 2018/1725

Emendamento 122
Proposta di regolamento
Articolo 12 – titolo

Testo della Commissione	*Emendamento*
Obblighi specifici in materia di targeting e ***amplificazione***	Obblighi specifici in materia di ***trattamento dei dati personali per le tecniche di*** targeting ***online*** e ***di fornitura di pubblicità.***

Emendamento 123
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 1

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. ***Sono vietate*** le tecniche di targeting ***o amplificazione in ambito*** di pubblicità politica che comportano il ***trattamento dei*** dati personali di cui all'articolo 9***, paragrafo 1,*** del regolamento (UE) 2016/679 ***e all'articolo*** 10***, paragrafo 1,*** del regolamento (UE) 2018/1725.	1. Le tecniche di targeting ***e di fornitura della pubblicità nell'ambito dei servizi*** di pubblicità politica che comportano il ***trattamenti di dati personali che non rientrano in categorie particolari di*** dati personali di cui all'articolo 9 del regolamento (UE) 2016/679 ***o dell'articolo*** 10 del regolamento (UE) 2018/1725 ***sono limitate alle situazioni previste nel presente articolo***.

Emendamento 124
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 1 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 bis. Le tecniche di fornitura della pubblicità di cui al presente articolo determinano il pubblico all'interno del pubblico destinatario senza ulteriore trattamento di dati personali, unicamente mediante selezione casuale.

Emendamento 125
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 1 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 ter. Sono vietate le tecniche di targeting e di fornitura della pubblicità che comportano il trattamento di dati personali di persone a proposito delle quali il responsabile del trattamento è consapevole, con ragionevole certezza, che sono almeno un anno al di sotto dell'età per l'esercizio del voto prestabilita dalle norme nazionali. Il rispetto degli obblighi di cui al presente articolo non obbliga i fornitori di piattaforme online a trattare dati personali ulteriori per valutare se l'utente del servizio sia minore.

Emendamento 126
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 1 quater (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 quater. Le tecniche di targeting e di fornitura di annunci pubblicitari che comportano il trattamento di dati personali sono limitate ai dati personali forniti esplicitamente dall'interessato con il suo consenso, quale definito all'articolo 4, punto 11, del regolamento (UE) 2016/679, e unicamente ai fini della pubblicità politica online.

I dati personali forniti dall'interessato in virtù dell'utilizzo di un servizio o dispositivo, compresi i contenuti forniti, non sono considerati dati personali forniti e pertanto non sono utilizzati dal fornitore ai fini del targeting e della fornitura di pubblicità politica.

Il titolare del trattamento comunica all'interessato, nel momento in cui ne chiede il consenso, che i dati personali forniti possono essere trattati al solo scopo di presentargli pubblicità politica. Per l'interessato rifiutare il consenso non è più difficile o dispendioso in termini di tempo che dare il consenso. I prestatori non richiedono il consenso se l'interessato esercita il proprio diritto di opposizione con mezzi automatizzati che utilizzano specifiche tecniche, in linea con l'articolo 21, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2016/679. Nel caso in cui rifiuti di dare il consenso o lo abbia revocato, l'interessato dispone di altre opzioni eque e ragionevoli per accedere ai servizi della società dell'informazione.

Le tecniche di targeting e di fornitura di pubblicità di cui al presente paragrafo non combinano più di quattro categorie di dati personali, compresa l'ubicazione dell'interessato.

Se il messaggio di pubblicità politica è connesso a un'elezione o a un referendum, l'ubicazione dell'interessato si intende a livello del collegio elettorale applicabile per tale elezione o referendum, come indicato al paragrafo 1 quinquies, lettera b).

Se il messaggio di pubblicità politica non è connesso a un'elezione o a un referendum, l'ubicazione utilizzata per le tecniche di targeting e di fornitura degli annunci non è al di sotto del livello comunale.

Se il messaggio di pubblicità politica non è connesso a un'elezione o a un referendum e in caso di combinazione di due o più categorie di dati, il gruppo

destinatario comprende almeno lo 0,4 % della popolazione dello Stato membro e un minimo di 50 000 cittadini.

Emendamento 127
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 1 quinquies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 quinquies. Fatto salvo il paragrafo 1 quater, nei 60 giorni immediatamente precedenti un'elezione o un referendum, le tecniche di targeting e di fornitura di annunci che comportano il trattamento dei dati personali forniti sono limitate ai seguenti dati personali esplicitamente forniti dall'interessato all'editore di pubblicità con il suo consenso, come definito all'articolo 4, paragrafo 11, del regolamento (UE) 2016/679, esclusivamente ai fini della pubblicità politica online:
	a) le lingue parlate dall'interessato.
	b) l'ubicazione dell'interessato a livello del collegio elettorale applicabile all'elezione o al referendum pertinente;
	c) l'informazione che l'interessato è un neo-elettore.
	Il secondo e terzo comma del presente articolo si applicano mutatis mutandis.

Emendamento 128
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 1 sexies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 sexies. Il presente articolo non si applica alle comunicazioni interne di partiti politici, fondazioni politiche, associazioni o altri organismi senza scopo di lucro, ai loro membri ed ex membri e alle comunicazioni, come bollettini d'informazione, connesse alle loro attività

	politiche, purché tali comunicazioni si basino esclusivamente sui dati di abbonamento e siano pertanto strettamente limitate ai loro membri, ex membri o abbonati, siano basate sui dati personali da essi forniti e non comportino un ulteriore trattamento dei dati personali per segmentare o selezionare ulteriormente i destinatari e i messaggi che ricevono. Queste forme di commercializzazione diretta rientrano nell'ambito di applicazione del regolamento (UE) 2016/679 e della direttiva 2002/58/CE.

Emendamento 129
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. Il divieto di cui al paragrafo 1 non si applica alle situazioni contemplate all'articolo 9, paragrafo 2, lettere a) e d), del regolamento (UE) 2016/679 e all'articolo 10, paragrafo 2, lettere a) e d), del regolamento (UE) 2018/1725.	***soppresso***

Emendamento 130
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 3 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
3. Quando si avvalgono di tecniche di targeting ***o amplificazione*** in ambito di pubblicità politica che comportano il trattamento di dati personali, oltre agli obblighi di cui al regolamento (UE) 2016/679 e al regolamento (UE) 2018/1725, a seconda del caso, i titolari del trattamento osservano gli obblighi seguenti:	3. Quando si avvalgono di tecniche di targeting in ambito ***di servizi*** di pubblicità politica che comportano il trattamento di dati personali, oltre agli obblighi di cui al regolamento (UE) 2016/679 e al regolamento (UE) 2018/1725, a seconda del caso, i titolari del trattamento osservano gli obblighi seguenti:

Emendamento 131
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 3 – lettera a

Testo della Commissione	*Emendamento*
a) adottano e applicano un documento di strategia interna che in particolare descriva chiaramente e con linguaggio semplice l'uso di tali tecniche finalizzato a prendere di mira certi destinatari o ***amplificare l'impatto***, e mantengono tale strategia per un periodo di ***cinque*** anni;	a) adottano e applicano un documento di strategia interna che in particolare descriva chiaramente e con linguaggio semplice l'uso di tali tecniche finalizzato a prendere di mira certi destinatari o ***fornire il contenuto***, e mantengono tale strategia per un periodo di ***dieci*** anni; ***questa strategia interna è resa pubblica;***

Emendamento 132
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 3 – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) conservano registri sull'uso ***del*** targeting o ***dell'amplificazione, sui meccanismi, le tecniche*** e i parametri applicati e sulle fonti dei dati personali utilizzati;	b) conservano registri sull'uso ***delle tecniche di*** targeting o ***di fornitura di pubblicità*** e i parametri applicati e sulle fonti dei dati personali utilizzati;

Emendamento 133
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 3 – lettera c

Testo della Commissione	*Emendamento*
c) trasmettono, contestualmente al messaggio di pubblicità politica, informazioni supplementari per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata ***e se siano stati usati dati di terzi*** e altre tecniche analitiche. Queste informazioni devono contenere gli elementi di cui all'allegato II**.**	c) trasmettono, contestualmente al messaggio di pubblicità politica, informazioni supplementari per permettere all'interessato di comprendere la logica utilizzata e i principali parametri della tecnica applicata e altre tecniche analitiche. Queste informazioni devono contenere gli elementi di cui all'allegato II***;***

Emendamento 134
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 3 – lettera c bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c bis) effettuano una valutazione interna annuale dei rischi dell'uso di tali tecniche sui diritti e le libertà fondamentali delle persone e della società nel suo complesso; i risultati di tali valutazioni dei rischi sono resi pubblici.

Emendamento 135
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 3 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	3 bis. L'editore non tratta, ai fini della fornitura di servizi di pubblicità politica, i dati personali di utenti finali che utilizzano servizi di terzi che si avvalgono di servizi di piattaforma di base dell'editore;

Emendamento 136
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 4

Testo della Commissione	*Emendamento*
4. Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono di tecniche di targeting o amplificazione includono nell'avviso di trasparenza di cui all'articolo 7 le informazioni di cui al paragrafo 3, lettera c), e un link al documento di strategia di cui al paragrafo 3, lettera a). Il responsabile del trattamento che non sia anche l'editore di pubblicità trasmette all'editore di pubblicità politica il documento di strategia interna o un riferimento al medesimo.	***soppresso***

Emendamento 137
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 5

Testo della Commissione	*Emendamento*
5. Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono delle tecniche di targeting ***o amplificazione*** di cui al paragrafo 3 includono nel messaggio pubblicitario, o allegano al medesimo, e nell'avviso di trasparenza di cui all'articolo 7 un riferimento ai mezzi effettivi di cui dispone l'interessato per l'esercizio dei propri diritti a norma del regolamento (UE) 2016/679.	5. Gli editori di pubblicità politica che si avvalgono delle tecniche di targeting di cui al paragrafo 3 includono nel messaggio pubblicitario, o allegano al medesimo, e nell'avviso di trasparenza di cui all'articolo 7 un riferimento ai mezzi effettivi di cui dispone l'interessato per l'esercizio dei propri diritti a norma del regolamento (UE) 2016/679. ***L'avviso di trasparenza rinvia in modo visibile a un'interfaccia facilmente accessibile in cui gli utenti possono revocare il proprio consenso o modificare i dati personali che hanno fornito unicamente a fini di pubblicità politica online di cui ai paragrafi 1 quater e 1 quinquies.***

Emendamento 138
Proposta di regolamento
Articolo 12 – paragrafo 8

Testo della Commissione	*Emendamento*
8. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 19 al fine di modificare l'allegato II, cambiando o sopprimendo elementi dell'elenco delle informazioni obbligatorie a norma del paragrafo 3, lettera c), alla luce degli sviluppi tecnologici nella ricerca scientifica, degli sviluppi del controllo a opera di autorità competenti e degli orientamenti emanati da organi competenti.	***soppresso***

Emendamento 139
Proposta di regolamento
Articolo 13 – titolo

Testo della Commissione	*Emendamento*
Trasmissione di informazioni sul targeting ***e l'amplificazione*** ad altri soggetti interessati	Trasmissione di informazioni sul targeting ***online o sulla fornitura di annunci pubblicitari*** ad altri soggetti interessati

Emendamento 140
Proposta di regolamento
Articolo 14 – paragrafo 1 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 bis. Gli Stati membri mantengono registri pubblicamente accessibili dei rappresentanti legali registrati a livello nazionale a norma del presente regolamento. La Commissione tiene un registro accessibile al pubblico dei rappresentanti legali registrati a livello dell'Unione ai sensi del presente regolamento.

Emendamento 141
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 1 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 bis. Qualora l'editore di pubblicità politica sia una piattaforma online di dimensioni molto grandi o un motore di ricerca online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33 del regolamento (UE) 2022/2065, il comitato europeo per la protezione dei dati può avviare un'indagine, su richiesta delle autorità nazionali, della Commissione o di propria iniziativa, previa consultazione delle autorità nazionali competenti, se sospetta la violazione dell'articolo -12 o dell'articolo 12 del presente regolamento.

Emendamento 142
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 1 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 ter. L'avvio di un'indagine ai sensi del paragrafo 1 bis del presente articolo da parte del comitato europeo per la protezione dei dati esonera l'autorità o le autorità nazionali per la protezione dei dati, o qualsiasi autorità competente, se del caso, dai poteri di cui dispone in relazione alla violazione in questione per sorvegliare e far rispettare gli obblighi previsti dal presente regolamento.

Emendamento 143
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 1 quater (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 quater. Le autorità nazionali per la protezione dei dati trasmettono al comitato europeo per la protezione dei dati, entro 15 giorni dall'avvio dell'indagine o entro sette giorni se l'elezione o il referendum ha luogo a meno di 60 giorni come indicato all'articolo 12, paragrafo 1 quinquies, tutte le informazioni in loro possesso sulla violazione in questione.

Emendamento 144
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 1 quinquies (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	1 quinquies. Nell'esercizio delle sue facoltà di indagine ai sensi del presente regolamento, il comitato europeo per la protezione dei dati chiede il sostegno individuale o congiunto delle autorità nazionali per la protezione dei dati

	interessate dalla presunta violazione, compresa l'autorità per la protezione dei dati dello Stato membro di stabilimento.

Emendamento 145
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 2 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	2 bis. La Commissione ha competenza esclusiva a monitorare che le piattaforme online di dimensioni molto grandi e i motori di ricerca di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33 del regolamento (UE) 2022/2065 siano conformi agli obblighi di cui al presente regolamento, ad eccezione dei suoi articoli -12 e 12.

Emendamento 146
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 3

Testo della Commissione	*Emendamento*
3. Ogni Stato membro designa una o più autorità competenti incaricate dell'applicazione e dell'esecuzione degli aspetti del presente regolamento non contemplati ai paragrafi 1 e 2. Ogni autorità competente designata ai sensi del presente paragrafo gode strutturalmente di piena indipendenza sia dal settore che da qualsiasi intervento esterno o pressione politica. In piena indipendenza monitora efficacemente e prende le misure necessarie e proporzionate per garantire il rispetto del presente regolamento.	3. Ogni Stato membro designa una o più autorità competenti incaricate dell'applicazione e dell'esecuzione ***diligenti, obiettive, coerenti e uniformi*** degli aspetti del presente regolamento non contemplati ai paragrafi 1 e 2. Ogni autorità competente designata ai sensi del presente paragrafo gode strutturalmente di piena indipendenza sia dal settore che ***dal governo di ciascuno Stato membro e*** da qualsiasi intervento esterno o pressione politica. In piena indipendenza monitora efficacemente e prende le misure necessarie e proporzionate per garantire il rispetto del presente regolamento.

Emendamento 147
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4

Testo della Commissione	*Emendamento*
4. ***Le autorità competenti di cui al paragrafo 3,*** nell'esercizio delle loro funzioni di controllo in relazione al presente regolamento, ***hanno facoltà di chiedere ai prestatori di servizi di pubblicità politica l'accesso a dati, documenti o altra informazione necessaria*** per lo svolgimento ***delle loro*** funzioni di ***controllo.***	4. Nell'esercizio delle loro funzioni di controllo in relazione al presente regolamento, ***il comitato europeo per la protezione dei dati, la Commissione e le autorità nazionali competenti di cui al paragrafo 3,*** per lo svolgimento ***di dette*** funzioni ***hanno facoltà*** di***:***

Emendamento 148
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 – lettera a (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	a) svolgere indagini sull'applicazione del presente regolamento, anche sulla base di informazioni ricevute da un'altra autorità di controllo o da un'altra autorità pubblica;

Emendamento 149
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 – lettera b (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	b) chiedere dati e informazioni senza indebito ritardo ad attori politici, fornitori di servizi di pubblicità politica, sponsor ed editori, nonché a qualsiasi altra persona che in relazione alla propria professione possa ragionevolmente essere a conoscenza di una sospetta violazione del presente regolamento;

Emendamento 150
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 – lettera c (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c) chiedere a qualsiasi pertinente membro del personale o rappresentante di fornitori di servizi di pubblicità politica, agli sponsor, agli editori o alle persone di cui alla lettera b) di rilasciare una dichiarazione o fornire una spiegazione in merito a informazioni relative a una sospetta violazione;

Emendamento 151
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 – lettera d (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	d) chiedere a una persona che si occupa di pubblicità politica di fornire la propria competenza in relazione a una presunta violazione;

Emendamento 152
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 – lettera e (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	e) trattare i reclami presentati da un interessato o da un organismo, un'organizzazione o un'associazione e indagare, nella misura appropriata, sull'oggetto del reclamo;

Emendamento 153
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 – lettera f (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	f) irrogare una sanzione amministrativa pecuniaria ai sensi dell'articolo 16.

Emendamento 154
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 4 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	4 bis. Le decisioni del comitato europeo per la protezione dei dati, della Commissione e delle autorità nazionali competenti di cui al paragrafo 3 sono soggette a controllo giurisdizionale conformemente al diritto dell'Unione e nazionale.

Emendamento 155
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 5 – parte introduttiva

Testo della Commissione	*Emendamento*
5. Le autorità competenti ***di cui al paragrafo 3***, nell'esercizio dei loro poteri di esecuzione in relazione al presente regolamento, hanno facoltà di:	5. Le autorità competenti, nell'esercizio dei loro poteri di esecuzione in relazione al presente regolamento, hanno facoltà di:

Emendamento 156
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 5 – lettera b bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	b bis) pubblicare orientamenti sulla conformità in risposta alle richieste sollevate dagli editori di pubblicità politica ai sensi dell'articolo 9;

Emendamento 157
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 5 – lettera c bis (nuova)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	c bis) infliggere periodicamente sanzioni amministrative pecuniarie e sanzioni finanziarie;

Emendamento 158
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 6

Testo della Commissione	*Emendamento*
6. Gli Stati membri assicurano la cooperazione tra le autorità competenti, in primis nel quadro delle reti elettorali nazionali, per agevolare lo scambio rapido e sicuro di informazioni su questioni connesse all'esercizio delle funzioni di controllo ed esecuzione conferite loro dal presente regolamento, anche individuando insieme le violazioni, condividendo risultati e competenze e lavorando in stretto collegamento sull'applicazione ed esecuzione delle norme pertinenti.	6. Gli Stati membri assicurano la cooperazione tra le autorità competenti ***e le autorità di controllo***, in primis nel quadro delle reti elettorali nazionali, per agevolare lo scambio rapido e sicuro di informazioni su questioni connesse all'esercizio delle funzioni di controllo ed esecuzione conferite loro dal presente regolamento, anche individuando insieme le violazioni, condividendo risultati e competenze e lavorando in stretto collegamento sull'applicazione ed esecuzione delle norme pertinenti.

Emendamento 159
Proposta di regolamento
Articolo 15 – paragrafo 9 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	9 bis. Le autorità competenti degli Stati membri redigono, al termine di ogni elezione o referendum, relazioni sull'ottemperanza da parte dei prestatori di servizi di pubblicità politica dell'Unione alla legislazione vigente, compreso il presente regolamento, nonché alla protezione dei dati personali, quando utilizzano tecniche per rivolgersi a un pubblico specifico o per amplificare l'impatto del materiale pubblicitario politico. Tali relazioni sono trasmesse alla Commissione e, in caso di elezioni del Parlamento europeo, al Parlamento europeo.

Emendamento 160
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 1

Testo della Commissione	*Emendamento*
1. In relazione agli articoli da 5 a 11**,** 13 e 14, gli Stati membri stabiliscono le norme relative alle sanzioni, anche amministrative pecuniarie e finanziarie, applicabili ai prestatori di servizi di pubblicità politica soggetti alla loro giurisdizione in caso di violazione del presente regolamento, che devono essere in ogni singolo caso effettive, proporzionate e dissuasive.	1. In relazione agli articoli ***3 bis, 4*** da 5 a 11 ***e*** 13 e 14, gli Stati membri ***e la Commissione*** stabiliscono le norme relative alle sanzioni, anche amministrative pecuniarie e finanziarie, ***e alla procedure di rettifica*** applicabili ai prestatori di servizi di pubblicità politica soggetti alla loro giurisdizione in caso di violazione del presente regolamento, che devono essere in ogni singolo caso effettive, proporzionate e dissuasive.

Emendamento 161
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 4

Testo della Commissione	*Emendamento*
4. Le violazioni ***dell'articolo*** 7 sono considerate particolarmente gravi quando riguardano messaggi di pubblicità politica pubblicati o diffusi durante un periodo elettorale e rivolte a cittadini dello Stato membro in cui è organizzata l'elezione.	4. Le violazioni ***degli articoli 4, 5 e*** 7 sono considerate particolarmente gravi quando riguardano messaggi di pubblicità politica pubblicati o diffusi durante un periodo elettorale e rivolte a cittadini dello Stato membro in cui è organizzata l'elezione.

Emendamento 162
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 6

Testo della Commissione	*Emendamento*
6. Per l'inosservanza degli obblighi di cui ***all'articolo*** 12, le autorità di controllo di cui all'articolo 51 del regolamento (UE) 2016/679 possono, nei limiti delle proprie competenze, infliggere sanzioni amministrative pecuniarie in linea con l'articolo 83 del regolamento (UE) 2016/679 a concorrenza dell'importo di cui	6. Per l'inosservanza degli obblighi di cui ***agli articoli -12 e*** 12, le autorità di controllo di cui all'articolo 51 del regolamento (UE) 2016/679 ***e il comitato europeo per la protezione dei dati*** possono ***avvalersi dei propri poteri di indagine e correttivi stabiliti in detto regolamento e***, nei limiti delle proprie competenze,

al paragrafo 5 del medesimo articolo.	infliggere sanzioni amministrative pecuniarie in linea con l'articolo 83 del regolamento (UE) 2016/679 a concorrenza dell'importo di cui al paragrafo 5 del medesimo articolo.

Emendamento 163
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 6 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	6 bis. In caso di violazioni particolarmente gravi e sistemiche degli obblighi di cui agli articoli -12 e 12 da parte dello sponsor, se l'editore di pubblicità politica è una piattaforma online di dimensioni molto grandi o un motore di ricerca online di dimensioni molto grandi ai sensi dell'articolo 33 del regolamento (UE) 2022/2065, il comitato europeo per la protezione dei dati può ordinare, per un periodo di tempo strettamente limitato e non superiore a 15 giorni, alla piattaforma online di dimensioni molto grandi o al motore di ricerca di dimensioni molto grandi di non fornire a tale specifico sponsor servizi di targeting e di fornitura di annunci pubblicitari, a norma dell'articolo 15, paragrafo 1 bis. Tale sospensione può essere imposta in aggiunta o in sostituzione di una sanzione amministrativa pecuniaria.

Emendamento 164
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 7

Testo della Commissione	*Emendamento*
7. Per l'inosservanza degli obblighi di cui ***all'articolo*** 12, l'autorità di controllo di cui all'articolo 52 del regolamento (UE) 2018/1725 può***,*** nei limiti delle proprie competenze***, infliggere*** sanzioni	7. Per l'inosservanza degli obblighi di cui ***agli articoli -12 e*** 12, l'autorità di controllo di cui all'articolo 52 del regolamento (UE) 2018/1725 può ***avvalersi dei propri poteri di indagine e correttivi***

amministrative pecuniarie in linea con l'articolo 66 del regolamento (UE) 2018/1725 a concorrenza dell'importo di cui al paragrafo 3 del medesimo articolo.	***stabiliti in detto regolamento e infliggere*** nei limiti delle proprie competenze sanzioni amministrative pecuniarie in linea con l'articolo 66 del regolamento (UE) 2018/1725 a concorrenza dell'importo di cui al paragrafo 3 del medesimo articolo.

Emendamento 165
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 7 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	7 bis. Gli Stati membri riferiscono annualmente alla Commissione in merito alle sanzioni imposte per far rispettare le disposizioni del presente regolamento, in particolare sul tipo di sanzioni applicate e sull'importo delle sanzioni amministrative pecuniarie e delle sanzioni finanziarie. La Commissione riassume e valuta tali relazioni con cadenza annuale e le utilizza per il processo di riesame a norma dell'articolo 18.

Emendamento 166
Proposta di regolamento
Articolo 16 – paragrafo 7 ter (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	7 ter. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 19 al fine di introdurre sanzioni minime nell'Unione per l'inosservanza degli obblighi di cui agli articoli 12 e 13, previa consultazione delle autorità competenti e di altri portatori di interessi.

Emendamento 167
Proposta di regolamento
Articolo 18 – comma

Testo della Commissione	*Emendamento*
Entro due anni da ciascuna elezione del Parlamento europeo, e per la prima volta entro il 31 dicembre 2026, la Commissione presenta una relazione di valutazione e sul riesame del presente regolamento. La relazione valuta la necessità di modificare il presente regolamento. La relazione è resa pubblica.	Entro due anni da ciascuna elezione del Parlamento europeo, e per la prima volta entro il 31 dicembre 2026, la Commissione presenta una relazione di valutazione e sul riesame del presente regolamento. La relazione valuta la necessità di modificare il presente regolamento. La relazione è resa pubblica ***ed è presentata al Parlamento europeo***.

Emendamento 168
Proposta di regolamento
Articolo 18 – comma 1 bis (nuovo)

Testo della Commissione	*Emendamento*
	Entro... [tre anni dall'entrata in vigore del presente regolamento] e successivamente ogni tre anni, la Commissione presenta una relazione sull'impatto del presente regolamento sui portatori di interessi, in particolare sulla società civile, basata su un'ampia consultazione dei pertinenti portatori di interessi.

Emendamento 169
Proposta di regolamento
Articolo 19 – paragrafo 2

Testo della Commissione	*Emendamento*
2. Il potere di adottare atti delegati di cui all'articolo 7, paragrafo 8, ***e*** all'articolo 12, paragrafo 8, è conferito alla Commissione per un periodo di [fino a quando non sarà valutata l'applicazione del presente regolamento, due anni dopo le prossime elezioni del Parlamento europeo].	2. Il potere di adottare atti delegati di cui all'articolo 7, paragrafo 8, all'articolo 12, paragrafo 8***, e all'articolo 16, paragrafo 7 ter***, è conferito alla Commissione per un periodo di [fino a quando non sarà valutata l'applicazione del presente regolamento, due anni dopo le prossime elezioni del Parlamento europeo].

Emendamento 170
Proposta di regolamento
Articolo 19 – paragrafo 3

Testo della Commissione	*Emendamento*
3. La delega di potere di cui all'articolo 7, paragrafo 8, ***e*** all'articolo 12, paragrafo 8, può essere revocata in qualsiasi momento dal Parlamento europeo o dal Consiglio. La decisione di revoca pone fine alla delega di potere ivi specificata. Gli effetti della decisione decorrono dal giorno successivo alla pubblicazione della decisione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea o da una data successiva ivi specificata. Essa non pregiudica la validità degli atti delegati già in vigore.	3. La delega di potere di cui all'articolo 7, paragrafo 8, all'articolo 12, paragrafo 8***, e all'articolo 16, paragrafo 7 ter***, può essere revocata in qualsiasi momento dal Parlamento europeo o dal Consiglio. La decisione di revoca pone fine alla delega di potere ivi specificata. Gli effetti della decisione decorrono dal giorno successivo alla pubblicazione della decisione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea o da una data successiva ivi specificata. Essa non pregiudica la validità degli atti delegati già in vigore.

Emendamento 171
Proposta di regolamento
Articolo 19 – paragrafo 5

Testo della Commissione	*Emendamento*
5. L'atto delegato adottato ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 8, ***e*** dell'articolo 12, paragrafo 8, entra in vigore solo se né il Parlamento europeo né il Consiglio hanno sollevato obiezioni entro il termine di due mesi dalla data in cui esso è stato loro notificato o se, prima della scadenza di tale termine, sia il Parlamento europeo che il Consiglio hanno informato la Commissione che non intendono sollevare obiezioni. Tale termine è prorogato di due mesi su iniziativa del Parlamento europeo o del Consiglio.	5. L'atto delegato adottato ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 8, dell'articolo 12, paragrafo 8***, o all'articolo 16, paragrafo 7 ter***, entra in vigore solo se né il Parlamento europeo né il Consiglio hanno sollevato obiezioni entro il termine di due mesi dalla data in cui esso è stato loro notificato o se, prima della scadenza di tale termine, sia il Parlamento europeo che il Consiglio hanno informato la Commissione che non intendono sollevare obiezioni. Tale termine è prorogato di due mesi su iniziativa del Parlamento europeo o del Consiglio.

Emendamento 172
Proposta di regolamento
Allegato I – lettera a

Testo della Commissione	*Emendamento*
a) ***Se l'avviso non è incluso nel messaggio pubblicitario,*** un esempio/rappresentazione del messaggio o un link di rimando allo stesso.	a) Un esempio/rappresentazione del messaggio o un link di rimando allo stesso.

Emendamento 173
Proposta di regolamento
Allegato I – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) L'identità e il luogo di stabilimento dello sponsor per conto del quale è diffusa la pubblicità, specificando nome e cognome, indirizzo, numero telefonico**,** indirizzo mail e se è una persona fisica o giuridica.	b) L'identità e il luogo di stabilimento dello sponsor per conto del quale è ***preparata, collocata, pubblicata, promossa e*** diffusa la pubblicità, specificando nome e cognome, indirizzo, numero telefonico ***o*** indirizzo mail ***verificati*** e se è una persona fisica o giuridica.

Emendamento 174
Proposta di regolamento
Allegato I – lettera d

Testo della Commissione	*Emendamento*
d) Tutte le elezioni cui è connesso il messaggio, se del caso.	d) Tutte le elezioni ***o tutti i referendum*** cui è connesso il messaggio, se del caso.

Emendamento 175
Proposta di regolamento
Allegato I – lettera e

Testo della Commissione	*Emendamento*
e) L'importo ***aggregato provvisorio*** speso e il valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale del messaggio pubblicitario e della campagna pubblicitaria in questione, se del caso, compresa la preparazione, collocazione,	e) L'importo speso e il valore di altre prestazioni percepite in cambio parziale o integrale del messaggio pubblicitario e della campagna pubblicitaria in questione, se del caso, compresa la preparazione, collocazione, promozione, pubblicazione e

promozione, pubblicazione e diffusione dei messaggi di pubblicità politica, oltre all'importo aggregato effettivo speso e al valore di altre prestazioni percepite, una volta noti.	diffusione dei messaggi di pubblicità politica, oltre all'importo aggregato effettivo speso e al valore di altre prestazioni percepite, una volta noti.

Emendamento 176
Proposta di regolamento
Allegato I – lettera h

Testo della Commissione	*Emendamento*
h) ***Se l'editore è una piattaforma online di dimensioni molto grandi,*** un link alla posizione del messaggio ***nel registro della*** pubblicità ***dell'editore***.	h) Un link alla posizione del messaggio ***nella biblioteca europea per i messaggi di*** pubblicità ***politica***.

Emendamento 177
Proposta di regolamento
Allegato II – sottotitolo 1

Testo della Commissione	*Emendamento*
Informazioni obbligatorie a norma dell'articolo 12, paragrafo 3	***soppresso***

Emendamento 178
Proposta di regolamento
Allegato II – lettera a

Testo della Commissione	*Emendamento*
a) Gli specifici gruppi di destinatari presi di mira, compresi i parametri applicati per determinare i destinatari del messaggio con lo stesso livello di dettaglio utilizzato per il targeting, le categorie di dati personali usati per il targeting e l'amplificazione, gli obiettivi, i meccanismi e la logica di targeting e amplificazione, compresi i parametri di inclusione ed esclusione e i motivi della scelta di questi parametri.	***soppresso***

Emendamento 179
Proposta di regolamento
Allegato II – lettera b

Testo della Commissione	*Emendamento*
b) Il periodo di diffusione del messaggio, il numero di persone cui è diffuso e le dimensioni del pubblico preso di mira all'interno dell'elettorato rilevante.	***soppresso***

Emendamento 180
Proposta di regolamento
Allegato II – lettera c

Testo della Commissione	*Emendamento*
c) La fonte dei dati personali di cui alla lettera a), se del caso specificando se siano stati derivati, desunti o ottenuti da terzi e la relativa identità, oltre a un link all'informativa sulla privacy di detti terzi per il trattamento in questione.	***soppresso***

Emendamento 181
Proposta di regolamento
Allegato II – lettera d

Testo della Commissione	*Emendamento*
d) Un link ai mezzi effettivi di cui dispone l'interessato per l'esercizio dei propri diritti a norma del regolamento (UE) 2016/679 o del regolamento (UE) 2018/1725, a seconda dei casi, nel contesto del targeting o amplificazione di messaggi di pubblicità politica basato sui loro dati personali.	***soppresso***

PROCEDURA DELLA COMMISSIONE COMPETENTE PER PARERE

Titolo	Trasparenza e targeting della pubblicità politica
Riferimenti	COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD)
Commissione competente per il merito Annuncio in Aula	IMCO 13.12.2021
Parere espresso da Annuncio in Aula	LIBE 13.12.2021
Commissioni associate - annuncio in aula	5.5.2022
Relatore(trice) per parere Nomina	Anna Júlia Donáth 13.7.2022
Esame in commissione	13.7.2022 5.9.2022
Approvazione	1.12.2022
Esito della votazione finale	+: 43 –: 9 0: 8
Membri titolari presenti al momento della votazione finale	Abir Al-Sahlani, Konstantinos Arvanitis, Malik Azmani, Katarina Barley, Pietro Bartolo, Vladimír Bilčík, Karolin Braunsberger-Reinhold, Patrick Breyer, Saskia Bricmont, Joachim Stanisław Brudziński, Patricia Chagnon, Caterina Chinnici, Clare Daly, Lucia Ďuriš Nicholsonová, Cornelia Ernst, Laura Ferrara, Nicolaus Fest, Sylvie Guillaume, Andrzej Halicki, Evin Incir, Sophia in ‘t Veld, Patryk Jaki, Marina Kaljurand, Alice Kuhnke, Jeroen Lenaers, Juan Fernando López Aguilar, Erik Marquardt, Nadine Morano, Javier Moreno Sánchez, Theresa Muigg, Maite Pagazaurtundúa, Paulo Rangel, Isabel Santos, Birgit Sippel, Vincenzo Sofo, Ramona Strugariu, Yana Toom, Milan Uhrík, Tom Vandendriessche, Jadwiga Wiśniewska, Javier Zarzalejos
Supplenti presenti al momento della votazione finale	Daniel Freund, Alessandra Mussolini, Róża Thun und Hohenstein, Romana Tomc, Dragoş Tudorache, Tom Vandenkendelaere, Loránt Vincze
Supplenti (art. 209, par. 7) presenti al momento della votazione finale	Pablo Arias Echeverría, Jarosław Duda, Emmanouil Fragkos, Krzysztof Hetman, Eva Kaili, Ska Keller, Alessandra Moretti, Ljudmila Novak, Andrey Novakov, Christine Schneider, Annie Schreijer-Pierik, Marc Tarabella

VOTAZIONE FINALE PER APPELLO NOMINALE
IN SEDE DI COMMISSIONE COMPETENTE PER PARERE

43	+
PPE	Pablo Arias Echeverría, Vladimír Bilčík, Karolin Braunsberger-Reinhold, Jarosław Duda, Andrzej Halicki, Krzysztof Hetman, Jeroen Lenaers, Nadine Morano, Alessandra Mussolini, Ljudmila Novak, Andrey Novakov, Paulo Rangel, Christine Schneider, Annie Schreijer-Pierik, Romana Tomc, Tom Vandenkendelaere, Loránt Vincze, Javier Zarzalejos
RENEW	Abir Al-Sahlani, Malik Azmani, Lucia Ďuriš Nicholsonová, Sophia in 't Veld, Maite Pagazaurtundúa, Ramona Strugariu, Róża Thun und Hohenstein, Yana Toom, Dragoş Tudorache
S&D	Katarina Barley, Pietro Bartolo, Caterina Chinnici, Sylvie Guillaume, Evin Incir, Eva Kaili, Marina Kaljurand, Juan Fernando López Aguilar, Javier Moreno Sánchez, Alessandra Moretti, Theresa Muigg, Isabel Santos, Birgit Sippel, Marc Tarabella
THE LEFT	Konstantinos Arvanitis, Cornelia Ernst

9	-
ECR	Joachim Stanisław Brudziński, Emmanouil Fragkos, Patryk Jaki, Vincenzo Sofo, Jadwiga Wiśniewska
ID	Patricia Chagnon, Nicolaus Fest, Tom Vandendriessche
NI	Milan Uhrík

8	0
NI	Laura Ferrara
THE LEFT	Clare Daly
VERTS/ALE	Patrick Breyer, Saskia Bricmont, Daniel Freund, Ska Keller, Alice Kuhnke, Erik Marquardt

Significato dei simboli utilizzati:
+ : favorevoli
- : contrari
0 : astenuti