

Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam

Ds 2024:27



Regeringskansliet
Kulturdepartementet

SOU och Ds finns på [regeringen.se](https://www.regeringen.se) under Rättsliga dokument.

Svara på remiss

Statsrådsberedningen, SB PM 2021:1.

Information för dem som ska svara på remiss finns tillgänglig på [regeringen.se/remisser](https://www.regeringen.se/remisser).

Omslag: Regeringskansliets standard

Tryck och remisshantering: Elanders Sverige AB, Stockholm 2024

ISBN 978-91-525-1045-2 (tryck)

ISBN 978-91-525-1046-9 (pdf)

ISSN 0284-6012

Innehåll

| | |
|--|-----------|
| Promemorians huvudsakliga innehåll | 5 |
| 1 Författningsförslag..... | 7 |
| 1.1 Förslag till lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam | 7 |
| 1.2 Förslag till lag om ändring i lagen (1971:289) om allmänna förvaltningsdomstolar..... | 13 |
| 2 Bakgrund..... | 17 |
| 2.1 Förordningen om politisk reklam..... | 17 |
| 2.1.1 Syfte och struktur..... | 17 |
| 2.1.2 Vissa definitioner och tillämpningsområde | 19 |
| 2.1.3 Vissa allmänna bestämmelser om politisk reklam..... | 22 |
| 2.1.4 Harmonisering av reglerna på den inre marknaden för politisk reklam..... | 24 |
| 2.1.5 Behandling av personuppgifter när inriktnings- och annonsleveransteknik används för politisk reklam..... | 33 |
| 2.1.6 Tillsyn och efterlevnad samt slutbestämmelser | 35 |
| 2.2 Sambandet mellan förordningen om politisk reklam och förordningen om digitala tjänster | 37 |
| 2.3 Skyddet för yttrande- och informationsfriheten | 40 |
| 3 En ny lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam..... | 45 |
| 3.1 Inledning..... | 45 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3.1.1 | Om kompletterande bestämmelser till EU-förordningar | 45 |
| 3.1.2 | Förhållandet mellan förordningen om politisk reklam och tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen | 46 |
| 3.2 | En ny lag ska komplettera förordningen | 48 |
| 4 | Fördelning av ansvar till myndigheter | 53 |
| 4.1 | Tillsynsansvar | 53 |
| 4.1.1 | Integritetsskyddsmyndigheten ska vara behörig myndighet enligt artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam | 53 |
| 4.1.2 | Mediemyndigheten ska vara behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam | 54 |
| 4.2 | Samordning | 59 |
| 4.2.1 | PTS får samordningsansvar vad gäller leverantörer av förmedlingstjänster | 59 |
| 4.2.2 | Mediemyndigheten ska vara nationell kontaktpunkt | 62 |
| 4.2.3 | Övrig samordning | 64 |
| 4.3 | Mediemyndigheten ska föra register över rättsliga företrädare | 65 |
| 4.4 | Mediemyndigheten ska årligen rapportera till kommissionen | 66 |
| 4.5 | Valmyndigheten ska ansvara för uppgifterna enligt artikel 26 | 67 |
| 5 | Myndigheternas befogenheter | 69 |
| 5.1 | Befogenheter vid tillsyn av efterlevnaden av artiklarna 18 och 19 | 69 |
| 5.2 | Befogenheter vid övrig tillsyn av efterlevnaden av förordningen | 71 |
| 5.2.1 | Befogenheterna bör regleras i kompletteringslagen | 71 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5.2.2 | Begäran om information | 73 |
| 5.2.3 | Frivilliga åtaganden..... | 75 |
| 5.2.4 | Inspektion | 76 |
| 5.2.5 | Föreläggande med anledning av bristande efterlevnad av förordningen | 81 |
| 5.2.6 | Beslut om sanktionsavgift..... | 82 |
| 5.2.7 | Viten | 84 |
| 5.2.8 | Handlingar som omfattas av advokaters tystnadsplikt | 88 |
| 5.2.9 | Vissa bestämmelser i artikel 51 i förordningen om digitala tjänster bör inte anses tillämpliga | 90 |
| 5.3 | Klagomål till behöriga myndigheter | 93 |
| 5.4 | Valmyndighetens möjlighet att inhämta uppgifter från kommuner och regioner | 94 |
| 6 | Sanktionsavgifter..... | 97 |
| 6.1 | Sanktionsavgifter vid överträdelser av artiklarna 18 och 19..... | 97 |
| 6.2 | Sanktionsavgifter vid andra överträdelser av förordningen | 99 |
| 6.2.1 | Överträdelser som bör leda till sanktionsavgifter..... | 99 |
| 6.2.2 | Sanktionsavgifternas storlek | 106 |
| 6.3 | Gemensamma bestämmelser om sanktionsavgifter | 107 |
| 7 | Behörig domstol och överklagande | 109 |
| 7.1 | Behörig domstol..... | 109 |
| 7.2 | Överklagande | 110 |
| 8 | Informationsutbyte, sekretess och personuppgiftsbehandling | 111 |
| 8.1 | Sekretess och informationsutbyte | 111 |
| 8.2 | Förhållandet till dataskyddsregleringen | 118 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 9 | Ikraftträdande- och övergångsbestämmelser | 125 |
| 10 | Konsekvenser | 127 |
| 11 | Författningskommentar | 131 |
| 11.1 | Förslaget till lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam | 131 |
| 11.2 | Förslaget till lag om ändring i lagen (1971:289) om allmänna förvaltningsdomstolar | 151 |
| Bilaga 1 | Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2024/900 av den 13 mars 2024 om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam | 153 |

Promemorians huvudsakliga innehåll

I promemorian lämnas förslag till de åtgärder som behövs med hänsyn till Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2024/900 av den 13 mars 2024 om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam (förordningen om politisk reklam). Det föreslås att Mediemyndigheten ska övervaka efterlevnaden av förordningen. Integritetsskyddsmyndigheten ska dock övervaka efterlevnaden av vissa bestämmelser. I en ny lag med kompletterande bestämmelser till förordningen föreslås bestämmelser om tillsynsbefogenheter, sanktionsavgifter för överträdelser av förordningen om politisk reklam och bestämmelser om handläggningen. Den nya lagen föreslås träda i kraft den 10 oktober 2025.

1 Författningsförslag

1.1 Förslag till lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam

Härigenom föreskrivs följande.

Inledande bestämmelser

Lagens syfte

1 § Denna lag kompletterar Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2024/900 av den 13 mars 2024 om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam, i denna lag kallad EU:s förordning om politisk reklam.

Ord och uttryck i lagen

2 § Ord och uttryck i denna lag har samma betydelse som i EU:s förordning om politisk reklam.

3 § Med *EU:s förordning om digitala tjänster* avses i denna lag Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster).

Med *EU:s dataskyddsförordning* avses i denna lag Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av

personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

Tillsyn och sanktioner

Behörig myndighet

4 § Den eller de myndigheter som regeringen bestämmer är behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam.

I artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam finns bestämmelser om att de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i EU:s förordning om politisk reklam.

Befogenheter och åtgärder

5 § Utöver de befogenheter som följer av artikel 51.1 a och c och 51.2 första stycket a i EU:s förordning om digitala tjänster får den behöriga myndigheten vid tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam

1. utföra inspektioner i enlighet med artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster,

2. beordra att överträdelser upphör och besluta om avhjälpande åtgärder i enlighet med artikel 51.2 första stycket b i samma förordning,

3. ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 51.2 första stycket c i samma förordning och denna lag, och

4. förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 51.2 första stycket d i samma förordning och denna lag.

6 § Utöver de befogenheter som följer av artikel 22.5 a–c och g i EU:s förordning om politisk reklam får den behöriga myndigheten

1. utföra inspektioner i enlighet med artikel 22.5 h i samma förordning,

2. besluta om avhjälpande åtgärder i enlighet med artikel 22.5 f i samma förordning,

3. ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 22.5 d i samma förordning och denna lag, och

4. förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 22.5 e i samma förordning och denna lag.

Föreläggande inför inspektion

7 § Den behöriga myndigheten får om det behövs för myndighetens tillsyn enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam förelägga personer som omfattas av artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster att hålla lokaler tillgängliga för inspektion. Detsamma gäller vid myndighetens tillsyn enligt artikel 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam i fråga om personer som omfattas av artikel 22.5 h i samma förordning. Ett föreläggande om att hålla lokaler tillgängliga får förenas med vite.

I samband med inspektionen får myndigheten ta del av de handlingar som behövs för tillsynen.

Handlingar som omfattas av advokaters tystnadsplikt

8 § Undersökningsåtgärder i enlighet med artiklarna 22.5 a eller h eller 23.3 i EU:s förordning om politisk reklam och denna lag som den behöriga myndigheten vidtar får inte avse en skriftlig handling vars innehåll kan antas vara sådant att en advokat eller en advokats biträde inte får höras som vittne om innehållet och som innehas av advokaten eller biträdet eller av den som tystnadsplikten gäller till förmån för.

Om myndigheten anser att en viss handling bör omfattas av undersökningsåtgärden och den som åtgärden avser åberopar att handlingen är skyddad enligt första stycket, ska myndigheten omedelbart försegla handlingen och skyndsamt överlämna den till allmän förvaltningsdomstol. Domstolen ska utan dröjsmål pröva om handlingen ska omfattas av undersökningsåtgärden.

Återkallande av åtaganden

9 § Den behöriga myndigheten får ändra eller återkalla ett beslut som innebär att ett åtagande godkänts och gjorts bindande med stöd av artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam och artikel 51.2 första stycket a i EU:s förordning om digitala tjänster, om

1. sakförhållandena som låg till grund för beslutet har ändrats,
2. den som beslutet avser agerar i strid med sitt åtagande, eller
3. beslutet grundade sig på ofullständig, oriktig eller vilseledande information som tillhandahållits av leverantören eller andra fysiska eller juridiska personer som agerar för ändamål som rör deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet, vilka rimligen kan ha kännedom om information om en misstänkt överträdelse, inklusive organisationer som utför sådana revisioner som avses i artiklarna 37 och 75.2 i samma förordning.

Vite

10 § Ett vite får inte per dag överstiga fem procent av den genomsnittliga globala dagsomsättningen eller dagsinkomsten för den som föreläggandet avser. Omsättningen eller inkomsten ska avse det föregående räkenskapsåret.

Sanktionsavgifter vid överträdelser av kapitel II i EU:s förordning om politisk reklam

11 § En sanktionsavgift får tas ut av en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som överträder någon av sina skyldigheter enligt artiklarna 7.1 första meningen, 7.2, 9.1, 9.3, 11.1, 11.3, 12.1, 12.3, 12.4, 13.2–13.4, 14.1 och 21.1 första stycket i EU:s förordning om politisk reklam, i den ursprungliga lydelsen.

En sanktionsavgift får även tas ut vid överträdelse av ett åtagande som den behöriga myndigheten har gjort bindande med stöd av EU:s förordning om politisk reklam eller denna lag och som avser en skyldighet som följer av någon av de artiklar som anges i första stycket.

12 § En sanktionsavgift enligt 11 § får inte beslutas om

1. överträdelsen omfattas av ett föreläggande som har förenats med vite och överträdelsen ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet, eller

2. den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom två år från det att överträdelsen ägde rum.

13 § En sanktionsavgift enligt 11 § ska bestämmas till lägst 5 000 kronor och högst sex procent av den globala årsomsättningen för den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster under det föregående räkenskapsåret.

Sanktionsavgifter vid överträdelser av kapitel III i EU:s förordning om politisk reklam

14 § En sanktionsavgift enligt artikel 25.6 i EU:s förordning om politisk reklam får inte beslutas om den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom fem år från det att överträdelsen ägde rum.

Bestämmelser om sanktionsavgifter vid samtliga överträdelser av EU:s förordning om politisk reklam

15 § Ett beslut om sanktionsavgift ska delges den avgiftsskyldige.

16 § En sanktionsavgift ska betalas till den myndighet som har beslutat avgiften, eller till en annan myndighet som denna myndighet anger, inom 30 dagar från det att beslutet om att ta ut avgiften har fått laga kraft eller inom den längre tid som anges i beslutet.

Om avgiften inte betalas i tid ska myndigheten som skulle ta emot avgiften lämna den obetalda avgiften för indrivning enligt lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m.

Avgiften tillfaller staten.

17 § En beslutad sanktionsavgift faller bort till den del beslutet om avgiften inte har verkställts inom fem år från det att beslutet fick laga kraft.

Behörig domstol och överklagande

Behörig domstol

18 § Förvaltningsrätten i Stockholm är rätt domstol i mål enligt EU:s förordning om politisk reklam och denna lag.

Överklagande

19 § Beslut enligt EU:s förordning om politisk reklam och denna lag får överklagas till allmän förvaltningsdomstol.

Prövningstillstånd krävs vid överklagande till kammarrätten.

-
1. Denna lag träder i kraft den 10 oktober 2025.
 2. En sanktionsavgift får beslutas endast för sådana åsidosättanden av skyldigheter som har skett efter ikraftträdandet.

1.2 Förslag till lag om ändring i lagen (1971:289) om allmänna förvaltningsdomstolar

Härigenom föreskrivs att 18 § lagen (1971:289) om allmänna förvaltningsdomstolar¹ ska ha följande lydelse.

Lydelse enligt prop. 2023/24:160 Föreslagen lydelse

18 §²

En förvaltningsrätt är domför med en lagfaren domare ensam

1. vid åtgärder som endast avser måls beredande,
2. vid förhör med vittne eller sakkunnig som begärts av en annan förvaltningsrätt,
3. vid beslut som endast avser rättelse av felräkning, felskrivning eller annat uppenbart förbiseende, och

4. vid annat beslut som inte innefattar slutligt avgörande av mål.

Om det inte är påkallat av särskild anledning att målet prövas av fullsutten rätt, är en förvaltningsrätt domför med en lagfaren domare ensam vid beslut som inte innefattar prövning av målet i sak.

Åtgärder som endast avser beredandet av ett mål och som inte är av sådant slag att de bör förbehållas lagfarna domare, får utföras av någon annan som har tillräcklig kunskap och erfarenhet och som är anställd vid en allmän förvaltningsdomstol, en allmän domstol eller en hyresnämnd. Regeringen kan med stöd av 8 kap. 7 § regeringsformen meddela närmare föreskrifter om detta.

Vad som sägs i andra stycket gäller även vid avgörande i sak av

1. mål av enkel beskaffenhet,
2. mål om bevissäkring och betalningssäkring enligt skatteförfarandelagen (2011:1244), om besiktning enligt fastighets-taxeringslagen (1979:1152), om en uppgifts eller handlings undantagande från kontroll enligt skatteförfarandelagen eller någon annan skatteförfattning,

3. mål om omedelbart omhändertagande enligt 6 och 6 a §§ lagen (1990:52) med särskilda bestämmelser om vård av unga, mål om vård vid en låsbar enhet enligt 15 b § samma lag, mål om avskildhet enligt 15 c § samma lag, mål om vård i enskildhet enligt 15 d § samma lag,

¹ Lagen omtryckt 1981:1323.

² Senaste lydelse 2024:82.

mål om tillfälligt flyttningsförbud enligt 27 § samma lag, mål om tillfälligt utreseförbud enligt 31 d § samma lag, mål om omedelbar insats enligt 4 kap. 1 § lagen (2024:79) om placering av barn i skyddat boende, mål om omedelbart omhändertagande enligt 13 § lagen (1988:870) om vård av missbrukare i vissa fall, mål om vård i enskildhet enligt 34 a § samma lag, mål om avskildhet enligt 34 b § samma lag, mål om vård vid en låsbar enhet enligt 14 § lagen (1998:603) om verkställighet av sluten ungdomsvård, mål om vård i enskildhet enligt 14 a § samma lag, mål om avskildhet enligt 17 § samma lag, mål om tillfällig isolering enligt 5 kap. 3 § smittskyddslagen (2004:168), mål enligt 12 § första stycket och 33 § lagen (1991:1128) om psykiatrisk tvångsvård, mål enligt 18 § första stycket 3–5 och 9 när det gäller de fall då vården inte har förenats med särskild utskrivningsprövning eller 6 lagen (1991:1129) om rättspsykiatrisk vård, mål om förvar och uppsikt enligt utlänningslagen (2005:716), mål enligt strafftidslagen (2018:1251), mål enligt fängelselagen (2010:610) och mål enligt lagen (1963:193) om samarbete med Danmark, Finland, Island och Norge angående verkställighet av straff m.m.,

4. mål enligt folkbokföringsförfattningarna, mål om preliminär skatt eller om anstånd med att betala skatt eller avgifter enligt skatteförfattningarna,

5. mål enligt lagen (2016:1145) om offentlig upphandling, lagen (2016:1146) om upphandling inom försörjningssektorerna, lagen (2016:1147) om upphandling av koncessioner eller lagen (2011:1029) om upphandling på försvars- och säkerhetsområdet,

6. mål som avser en fråga av betydelse för inkomstbeskattningen, dock endast om värdet av vad som yrkas i målet uppenbart inte överstiger hälften av prisbasbeloppet enligt 2 kap. 6 och 7 §§ socialförsäkringsbalken,

7. mål enligt lagen (2004:629) om trängselskatt,

8. mål enligt lagen (2008:962) om valfrihetssystem och lagen (2023:704) om auktorisations-system i fråga om tjänster för elektronisk identifiering och för digital post, och

8. mål enligt lagen (2008:962) om valfrihetssystem och lagen (2023:704) om auktorisations-system i fråga om tjänster för elektronisk identifiering och för digital post,

9. mål enligt lagen (2024:000) med kompletterande bestäm-

9. mål enligt lagen (2024:000) med kompletterande bestäm-

melser till EU:s förordning om digitala tjänster som avser en

- a) inspektion,
- b) prövning av om en handling skyddas av advokatsekretess enligt 3 kap. 14 § samma lag, eller
- c) tillfällig begränsning av mottagarnas tillgång till en tjänst eller ett onlinegränssnitt.

melser till EU:s förordning om digitala tjänster som avser en

- a) inspektion,
- b) prövning av om en handling skyddas av advokatsekretess enligt 3 kap. 14 § samma lag, eller
- c) tillfällig begränsning av mottagarnas tillgång till en tjänst eller ett onlinegränssnitt, *och*

10. mål om prövning av om en handling skyddas av advokaters tystnadsplikt enligt 8 § lagen (2025:000) med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam.

Denna lag träder i kraft den 10 oktober 2025.

2 Bakgrund

2.1 Förordningen om politisk reklam

2.1.1 Syfte och struktur

Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2024/900 av den 13 mars 2024 om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam (fortsättningsvis förordningen om politisk reklam) ska tillämpas från och med den 10 oktober 2025.

Det övergripande syftet med förordningen om politisk reklam är att åstadkomma ökad transparens för sådan reklam samt att harmonisera reglerna för tillhandahållande av politiska reklam-tjänster inom EU. Genom förordningen införs även harmoniserade regler för användning av inriktningsteknik och annonsleverans-teknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med tillhandahållande av politisk onlinereklam.

Förordningen är indelad i fem kapitel.

Kapitel I består av artiklarna 1–5 och innehåller allmänna bestämmelser, bl.a. om innehåll och mål, tillämpningsområde och definitioner.

Kapitel II består av artiklarna 6–17 och innehåller bestämmelser om skyldigheter avseende transparens och tillbörlig aktsamhet i politiska reklam-tjänster.

Kapitel III består av artiklarna 18–20 och innehåller bestämmelser om inriktning och annonsleverans i samband med politisk reklam.

Kapitel IV består av artiklarna 21–26 och innehåller bestämmelser om tillsyn och efterlevnad.

Kapitel V består av artiklarna 27–30 och innehåller slutbestämmelser.

Förordningen om politisk reklam ingår som en av flera åtgärder i EU:s handlingsplan för demokrati som meddelades i december 2020

(COM(2020) 790 final, Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén – EU:s handlingsplan för demokrati). Handlingsplanen syftar till att

- främja fria och rättvisa val och stark demokratisk delaktighet,
- stödja fria och oberoende medier, och
- motverka desinformation.

Utöver förslag till åtgärder avseende politisk reklam innehåller handlingsplanen bl.a. förslag som rör finansiering av europeiska politiska partier, valsamarbete, främjande av samhällsengagemang och politisk delaktighet samt åtgärder för stärkande av mediers frihet och mångfald och motverkande av desinformation.

Till följd av handlingsplanen har även 2018 års uppförandekod mot desinformation setts över och i juni 2022 undertecknades en förstärkt uppförandekod (the Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022).³ Uppförandekoden är ett verktyg för självreglering och innehåller olika åtaganden som aktörer kan ansluta sig till, bl.a. när det gäller politisk reklam.

Förordningen om politisk reklam utgör i de delar som avser inriktnings- och annonsleveransteknik en komplettering av EU:s dataskyddsregelverk.

Det handlar på nationell nivå om Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning), fortsättningsvis EU:s dataskyddsförordning.

I förhållande till EU:s institutioner handlar det om Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 av den 23 oktober 2018 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter som utförs av unionens institutioner, organ och byråer och om det fria flödet av sådana uppgifter samt om upphävande av förordning (EG) nr 45/2001 och beslut nr 1247/2002/EG.

³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>.

Förordningen om politisk reklam har även ett samband med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster). Detta samband beskrivs närmare i avsnitt 2.2.

2.1.2 Vissa definitioner och tillämpningsområde

Politisk reklam samt politiska reklammeddelanden och reklamtjänster

Begreppet politisk reklam

Ett centralt begrepp är *politisk reklam*, vilket definieras i artikel 3.2 i förordningen om politisk reklam. Begreppet betecknar vissa slags åtgärder, nämligen utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning, oberoende av metod, av ett budskap som normalt tillhandahålls mot ersättning eller genom intern verksamhet eller som en del av en politisk reklamkampanj.

För att sådana aktiviteter ska utgöra politisk reklam krävs att de utförs av, för eller på uppdrag av en *politisk aktör* eller för dennes räkning. Aktiviteter som avser budskap av rent privat eller rent kommersiellt slag faller dock utanför (artikel 3.2 a).

En politisk aktör är någon av följande aktörer (artikel 3.4):

- ett politiskt parti, en politisk allians eller ett europeiskt politiskt parti så som dessa definieras i EUPP-förordningen⁴
- en kandidat till eller innehavare av förtroendeuppdrag på unionsnivå, nationell, regional och lokal nivå eller till en ledarpost inom ett politiskt parti
- en medlem av en unionsinstitution, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten, eller av en regering i medlemsstaterna på nationell, regional eller lokal nivå

⁴ Europaparlamentets och rådets förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 av den 22 oktober 2014 om stadgar för och finansiering av europeiska politiska partier och europeiska politiska stiftelser.

- en politisk kampanjorganisation, med eller utan status som juridisk person, som inrättats enbart för att påverka ett resultat i ett val eller en folkomröstning
- varje fysisk eller juridisk person som företräder eller agerar för en sådan person eller organisation och som främjar de politiska målen för någon av dessa personer eller organisationer.

Även om budskapet inte är kopplat till en politisk aktör utgör aktiviteterna politisk reklam om budskapet kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå (artikel 3.2 b).

Undantag i definitionen av politisk reklam

Det finns tre uttalade undantag i definitionen av politisk reklam. Det första undantaget rör meddelanden om organisationen och formerna för deltagande i val eller folkomröstningar som kommer från officiella källor. Det inbegriper meddelanden som syftar till att tillkännage kandidaturer eller den fråga en folkomröstning avser, eller att främja deltagande i val eller folkomröstningar (artikel 3.2 i).

Det andra undantaget rör officiell information till allmänheten från nationella myndigheter och regeringar och från EU (artikel 3.2 ii). Detta undantag gäller dock förutsatt att åtgärderna inte kan och är utformade för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess (jfr artikel 3.2 b).

Det tredje undantaget omfattar lagreglerad presentation av kandidater på särskilda offentliga platser eller i medier som tilldelas kostnadsfritt samtidigt som det säkerställs att kandidaterna behandlas lika (artikel 3.2 iii).

Utöver dessa undantag ska politiska åsikter och annat redaktionellt innehåll som omfattas av redaktionellt ansvar endast anses vara politisk reklam om särskild betalning eller annan ersättning lämnas för, eller i samband med, deras utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av tredje parter (artikel 1.2). Dessutom ska politiska åsikter som uttrycks av

en individ i dennes egenskap av privatperson inte betraktas som politisk reklam (artikel 1.3).

Politiska reklammeddelanden

Politiskt reklammeddelande definieras som konkret förekomst av politisk reklam som publiceras, tillhandahålls eller sprids oberoende av metod (artikel 3.3). Uttrycket syftar på meddelandet som sådant till skillnad från ”politisk reklam” som syftar på de aktiviteter genom vilka sådana meddelanden framställs.

Politiska reklamtjänster

Politiska reklamtjänster definieras som en tjänst som består i politisk reklam (artikel 3.5). Begreppet *tjänst* definieras som prestation som utförs av egenföretagare, normalt mot ersättning, enligt definitionen i artikel 57 i EUF-fördraget (artikel 3.1).

I definitionen av politisk reklamtjänst undantas onlinebaserade förmedlingstjänster så som dessa definieras i artikel 3 g i EU:s förordning om digitala tjänster. Det rör sig här om förmedlingstjänster som tillhandahålls utan ersättning för utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av budskapet i fråga. I skäl 47 i förordningen om politisk reklam sägs att reglerna om transparens och kraven på tillbörlig aktsamhet i förordningen inte bör tillämpas på innehåll som laddas upp av en användare av en onlinebaserad förmedlingstjänst, till exempel en onlineplattform, och som sprids av den onlinebaserade förmedlingstjänsten utan ersättning för placeringen, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av meddelandet i fråga, såvida inte användaren har fått ersättning för det politiska reklammeddelandet av en tredje part.

Sponsorer, tillhandahållare och utgivare

En *sponsor* är den fysiska eller juridiska person på vars begäran eller för vars räkning ett politiskt reklammeddelande utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids (artikel 3.10). I skäl 40

sägs att en sponsor till exempel kan vara en enskild kandidat i ett val eller ett politiskt parti, och att sponsorn vanligtvis är den person eller enhet som tillhandahåller ersättning i utbyte mot politiska reklam-tjänster.

En *tillhandahållare av politiska reklam-tjänster* (fortsättningsvis tillhandahållare) är en fysisk eller juridisk person som utarbetar, placerar, främjar, publicerar, levererar eller sprider politisk reklam (artikel 3.6).

Vissa tillhandahållare av politiska reklam-tjänster är även *utgivare av politisk reklam* (fortsättningsvis utgivare), nämligen de som publicerar, tillhandahåller eller sprider politisk reklam, oavsett medium (artikel 3.13). Av skäl 41 framgår att utgivare kan publicera, tillhandahålla eller sprida politisk reklam genom radio och tv, via ett gränssnitt eller genom att på annat sätt göra den tillgänglig för allmänheten.

Förordningens tillämpningsområde

Förordningen är tillämplig på politisk reklam när det politiska reklammeddelandet sprids i unionen, offentliggörs i en eller flera medlemsstater eller riktas till unionsmedborgare, oberoende av var tillhandahållaren av politiska reklam-tjänster är etablerad eller var sponsorn är bosatt eller etablerad, och oberoende av vilka medel som används (artikel 2.1).

I flera bestämmelser i förordningen förekommer begreppen *val* och *folkomröstning*. Enligt skäl 31 bör detta omfatta val till Europaparlamentet, alla val eller folkomröstningar som anordnas på nationell, regional och lokal nivå i medlemsstaterna samt val för att fastställa ledarskap för politiska partier. Begreppet ”val” bör däremot inte omfatta andra former av val som till exempel yrkesmässiga eller privat organiserade omröstningar.

2.1.3 Vissa allmänna bestämmelser om politisk reklam

Enligt artikel 4 i förordningen om politisk reklam får medlemsstaterna inte av transparens-skäl i fråga om politisk reklam behålla eller införa bestämmelser eller åtgärder som avviker från bestämmelserna i förordningen. Enligt artikeln får inte heller tillhandahållande

av politiska reklamtjänster förbjudas eller begränsas, inbegripet geografiskt, av transparens-skäl när kraven i förordningen är uppfyllda.

Enligt artikel 5.1 får tillhandahållare av politiska reklamtjänster inte göra tillhandahållandet av sina tjänster till föremål för diskriminerande begränsningar enbart på grundval av sponsorns bosättningsort eller etableringsort. De får inte heller begränsa tillhandahållandet av sina tjänster till ett europeiskt parti⁵ eller till en politisk grupp i Europaparlamentet, enbart på grundval av dess etableringsort.

Artikel 5.2 begränsar möjligheten att tillhandahålla politiska reklamtjänster i samband med ett val eller en folkomröstning. Sådana tjänster får under de tre sista månaderna före valet eller folkomröstningen endast tillhandahållas om sponsorn, eller en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som agerar på uppdrag av sponsorn, förklarar sig ha en viss anknytning till EU. Om en sponsor, eller en tjänstetillhandahållare som agerar på uppdrag av en sponsor, är en fysisk person ska han eller hon antingen vara en unionsmedborgare (artikel 5.2 a) eller en tredjelandsmedborgare som är permanent bosatt i EU och som har rösträtt i det aktuella valet eller den aktuella folkomröstningen (artikel 5.2 b). Om sponsorn eller tjänstetillhandahållaren är en juridisk person krävs att denne är etablerad inom EU. Dessutom får den juridiska personen inte ytterst ägas eller kontrolleras av en tredjelandsmedborgare eller en juridisk person som är etablerad i ett tredjeland (artikel 5.2 c). Den som ytterst äger eller kontrollerar den juridiska personen får dock vara en sådan tredjelandsmedborgare som är permanent bosatt i EU och har rösträtt i det aktuella valet eller den aktuella folkomröstningen.

Förklaringar enligt artikel 5.2 ingår i de uppgifter som sponsorer och tjänstetillhandahållare som agerar för sponserers räkning ska uppges när de begär reklamtjänsten (se artikel 7.1). Artikel 5.2 hindrar inte medlemsstaterna från att ha strängare nationella regler.

⁵ Vad som är ett europeiskt politiskt parti definieras i den s.k. EUPP-förordningen, se artikel 2.3 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 av den 22 oktober 2014 om stadgar för och finansiering av europeiska politiska partier och europeiska politiska stiftelser.

2.1.4 Harmonisering av reglerna på den inre marknaden för politisk reklam

Övergripande

Kapitel II i förordningen om politisk reklam består av artiklarna 6–17. Kapitlet innehåller bestämmelser om skyldigheter avseende transparens och tillbörlig aktsamhet i politiska reklamtjänster.

Genom kapitlet regleras hela kedjan av politisk reklam, från att någon begär en politisk reklamtjänst via eventuella mellanhänder och fram till att det färdiga reklammeddelandet görs tillgängligt för allmänheten. Artiklarna 7–17 innehåller skyldigheter som aktualiseras vid olika led i processen. I artikel 6 finns en generell skyldighet för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att säkerställa att avtalsarrangemang som ingås möjliggör efterlevnad av förordningen.

För att bestämmelserna i kapitel II ska bli tillämpliga krävs att det är fråga om tillhandahållande av en tjänst enligt definitionen i artikel 3.1. Politisk reklam genom *intern verksamhet* ("in-house") omfattas således inte av kapitlet. Intern verksamhet handlar om att en enhet för egen räkning utarbetar, placerar, främjar, publicerar, tillhandahåller eller sprider politiska reklammeddelanden (jfr skäl 24). Ett exempel kan vara när ett politiskt parti på egen hand tar fram och sprider sina budskap.

Artiklarna 7–10

I samband med att sponsorer, eller tillhandahållare som agerar för sponsorers räkning, begär att en politisk reklamtjänst ska utföras aktualiseras skyldigheter enligt artiklarna 7 och 8. Bestämmelserna syftar till att säkerställa identifiering av politiska reklamtjänster.

Sponsorn, eller en tillhandahållare som agerar för dennes räkning, ska enligt artikel 7.1 uppge om den reklamtjänst de begär är en politisk reklamtjänst. De ska även uppge om de uppfyller något av kraven i artikel 5.2, dvs. kraven på aktörer som begär politiska reklamtjänster i samband med val och folkomröstningar. Tillhandahållaren ska i sin tur enligt artikel 7.2 säkerställa att dennes avtal om politiska reklamtjänster föreskriver att sådana förklaringar ska tillhandahållas. Tillhandahållaren ska även säkerställa att avtalen föreskriver överföring av information som behövs för efterlevnaden av

vissa andra bestämmelser i förordningen, bl.a. när det gäller transparensmeddelanden enligt artikel 12.1.

Artikel 7 innehåller även bestämmelser om sponsorns ansvar för riktigheten av vissa uppgifter, korrigerings av felaktig information samt krav på tillhandahållare som har ett onlinegränssnitt att utforma det på ett sätt som underlättar för sponsorer och tillhandahållare som agerar för deras räkning att uppfylla sina skyldigheter.

I artikel 8.1 finns en bestämmelse om omständigheter, däribland budskapets innehåll och sponsor, som ska beaktas vid fastställandet av om ett budskap utgör ett politiskt reklammeddelande enligt artikel 3.2 b (budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val m.m.). Enligt artikel 8.2 ska kommissionen utarbeta gemensamma riktlinjer för tillämpningen av artikeln.

I det fortsatta arbetet, sedan den politiska reklamtjänsten har begärts och identifierats, har tillhandahållaren vissa ytterligare skyldigheter enligt artiklarna 9 och 10.

Enligt artikel 9 ska tillhandahållare, i den utsträckning som behövs för att uppfylla kraven i förordningen, bevara viss i artikeln uppräknad information som de samlat in när de tillhandahåller tjänsten. Till exempel gäller detta det politiska reklammeddelandet, den tjänst de tillhandahållit och fakturerade belopp eller värdet av andra förmåner. Kravet på bevarande gäller i sju år från och med dagen för det sista utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen. Mikroföretag enligt artikel 3.1 i EU:s redovisningsdirektiv⁶ är under vissa omständigheter undantagna från kravet på bevarande.

I artikel 10 finns bestämmelser som syftar till att säkerställa informationsöverföring och uppdatering av sådan information som avses i artikel 9 i förhållande till utgivare av politisk reklam.

Artiklarna 11–15

I slutet av kedjan av politiska reklamtjänster finns utgivarna av politisk reklam. I artiklarna 11–15 i förordningen om politisk reklam

⁶ Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU av den 26 juni 2013 om årsbokslut, koncernredovisning och rapporter i vissa typer av företag, om ändring av Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/43/EG och om upphävande av rådets direktiv 78/660/EEG och 83/349/EEG.

finns bestämmelser som, med något undantag, riktar sig särskilt till utgivarna och innebär ytterligare skyldigheter för dem.

Utgivarna ansvarar för att politiska reklammeddelanden märks enligt artikel 11 samt att det finns ett transparensmeddelande enligt artikel 12. När de offentliggör politiska reklammeddelanden online ska de även överföra information till den offentliga europeiska databas över sådana meddelanden som ska finnas enligt artikel 13. Databasen ska inrättas av kommissionen. Utgivarna ska dessutom enligt artikel 14 bifoga viss information till sin förvaltningsberättelse som avses i artikel 19 EU:s redovisningsdirektiv, med undantag för mikroföretag, små företag eller medelstora företag enligt direktivet. Slutligen ska utgivare enligt artikel 15 i förordningen om politisk reklam tillhandahålla mekanismer som gör det möjligt för fysiska eller juridiska personer att underrätta dem om att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med förordningen.

Märkning av politisk reklam

Kravet på märkning av politiska reklammeddelanden innebär enligt artikel 11.1 att utgivare ska säkerställa att varje politiskt reklammeddelande görs tillgängligt tillsammans med följande information på ett klart, framträdande och otvetydigt sätt:

- a) En uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande.
- b) Sponsorns identitet för det politiska reklammeddelandet och, i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.
- c) I tillämpliga fall, det val, den folkomröstning och den lagstiftnings- eller regleringsprocess som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.
- d) I tillämpliga fall, en uppgift om att det politiska reklammeddelandet har varit föremål för inriktningsteknik och annonsleveransteknik.
- e) Ett transparensmeddelande alternativt en tydlig angivelse om var ett sådant meddelande enkelt och direkt kan hämtas.

Utgivaren ansvarar för att informationen är fullständig och att informationen om var transparensmeddelandet kan hämtas är riktig (artikel 11.2). I artikel 11.3–11.5 finns bestämmelser som rör utformningen av själva märkningen. Bland annat ska kommissionen senast den 10 juli 2025 anta genomförandeakter om märkningen. Medlemsstaterna, inbegripet behöriga myndigheter, och kommissionen ska även uppmuntra till frivilliga uppförandekoder när det gäller märkningen.

Transparensmeddelande

Vilken information som ska finnas i ett transparensmeddelande räknas upp i tretton punkter i artikel 12.1 a–m.

Transparensmeddelandet ska innehålla ytterligare uppgifter om sponsorn och eventuella enheter som ytterst kontrollerar sponsorn. Detta gäller vissa kontaktuppgifter samt adress där juridiska personer är etablerade. Om någon annan enhet har lämnat ersättning för det politiska reklammeddelandet ska sådan information lämnas även om den (punkt a och b).

Transparensmeddelandet ska även innehålla information om den period under vilken meddelandet är avsett att publiceras, tillhandahållas eller spridas (punkt c).

Transparensmeddelandet ska dessutom innehålla viss ekonomisk information. Informationen ska avse de sammanlagda beloppen och det sammanlagda värdet av andra förmåner som tillhandahållarna har fått, inbegripet de som utgivaren har fått, för de politiska reklam-tjänsterna samt, i förekommande fall, för den politiska reklam-kampanjen (punkt d). Det ska även lämnas information om huruvida källorna till beloppen och förmånerna är offentliga eller privata, samt om de kommer från ett land inom eller utanför EU (punkt e). Därtill ska det lämnas information om den metod som använts för att beräkna beloppen och värdet av förmånerna (punkt f).

I transparensmeddelandet ska det även ges en uppgift om val eller folkomröstningar samt lagstiftnings- eller regleringsprocesser som det politiska reklammeddelandet är kopplat till (punkt g). Om meddelandet är kopplat till ett specifikt val eller en specifik folkomröstning ska det ges länkar till officiell information om villkoren för

att delta i det berörda valet eller den berörda folkomröstningen (punkt h).

I transparensmeddelandet ska det i tillämpliga fall finnas länkar till den europeiska databasen för onlinereklam (punkt i).

Transparensmeddelandet ska även innehålla information om de mekanismer för underrättelse som utgivaren ska ha enligt artikel 15 (punkt j).

Om en tidigare publicering av det politiska reklammeddelandet eller en tidigare version av det tillfälligt har avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av förordningen ska transparensmeddelandet innehålla information om det (punkt k).

Om det politiska reklammeddelandet har varit föremål för inriktnings- eller annonsleveransteknik på grundval av användningen av personuppgifter ska transparensmeddelandet innehålla information om det (punkt l). Denna information ska inbegripa information som avses i artikel 19.1 c och 19.1 e. Det rör sig om viss information som dels ska göra det möjligt att förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för tekniken, dels ska stödja personer att utöva sina rättigheter enligt EU:s förordningar om dataskydd (se avsnitt 2.1.5).

Slutligen ska transparensmeddelandet, om det är tillämpligt och tekniskt genomförbart, innehålla information om reklammeddelandets räckvidd när det gäller antalet visningar och interaktioner med meddelandet (punkt m).

Kommissionen har möjlighet att genom delegerade akter lägga till led i förteckningen över transparensmeddelandets innehåll samt ändra i punkten 1.f (artikel 12.6).

I artikel 12.3 finns bestämmelser om transparensmeddelandets utformning och tillgänglighet. Kommissionen ska därtill anta genomförandeakter för att fastställa format och tekniska specifikationer för transparensmeddelandet (artikel 12.7).

Transparensmeddelandet ska bevaras i sju år efter det sista offentliggörandet av reklammeddelandet (artikel 12.4.).

Åtgärder vid ofullständig eller felaktig information

I artikel 12.2 finns bestämmelser om utgivarens ansvar för informationen i transparensmeddelandet. Enligt första stycket ansvarar

utgivaren för att informationen är fullständig. Enligt andra stycket ansvarar utgivaren för att informationen är korrekt när det gäller

- fakturerade belopp eller värden av andra förmåner samt beräkningsmetod (artikel 12.1 d och 12.1 f)
- länkar till den europeiska databasen (artikel 12.1 i)
- information om mekanismer för underrättelse (artikel 12.1 j)
- information om reklammeddelandets räckvidd (artikel 12.1 m).

I tredje stycket finns en bestämmelse om skyldighet för tillhandahållaren att överföra kompletterande eller korrigerad information till utgivaren.

I fjärde–sjätte stycket finns bestämmelser om vad utgivaren ska göra om denne får kännedom om att information som ska finnas i märkningen av reklammeddelandet (enligt artikel 11.1) eller i transparensmeddelandet är ofullständig eller inkorrekt. Skyldigheten gäller både information som endast har överförts till utgivaren och information som denne redan har hunnit publicera.

Utgivaren ska vidta bästa möjliga åtgärder, bland annat genom att kontakta sponsorn eller tillhandahållarna, för att utan oskäligt dröjsmål komplettera eller korrigera informationen. Om komplettering eller korrigering inte är möjlig utan oskäligt dröjsmål ska utgivaren avstå från att göra det politiska reklammeddelandet tillgängligt alternativt utan oskäligt dröjsmål avbryta publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av det politiska reklammeddelandet. Utgivaren ska även utan oskäligt dröjsmål informera sponsorerna eller tillhandahållarna om alla sådana beslut.

Den europeiska databasen över politiska reklammeddelanden online

I artikel 13 finns bestämmelser om en databas som kommissionen ska inrätta. Databasen är avsedd att innehålla alla politiska reklammeddelanden online som offentliggörs i unionen eller riktas till unionsmedborgare eller personer som är bosatta i unionen.

Databasen ska innehålla en funktion som gör det möjligt för allmänheten att få tillgång till sådana reklammeddelanden tillsammans med tillhörande transparensmeddelanden (artikel 13.1 a).

Databasen ska även innehålla en värdtjänst som utgivare av politisk reklam kan använda kostnadsfritt för att lämna in information till databasen (artikel 13.1 b). Utgivare som är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer enligt EU:s förordning om digitala tjänster ska möjliggöra tillgång till informationen från offentliggörandet (artikel 13.2). Övriga utgivare ska göra detta inom 72 timmar från offentliggörandet (artikel 13.4).

I övrigt reglerar artikel 13 vad som ska ske om utgivare avlägsnar eller omöjliggör tillgång till ett visst reklammeddelande (artikel 13.3), ansvaret i fråga om informationen för kommissionen eller den myndighet som förvaltar databasen (artikel 13.5) och kommissionens antagande av genomförandeakter i vissa tekniska frågor som rör databasen (artikel 13.6).

Regelbunden rapportering om politiska reklamtjänster

I artikel 14 finns bestämmelser om utgivares skyldighet att bifoga viss ekonomisk information till sina förvaltningsberättelser enligt artikel 19 i EU:s redovisningsdirektiv⁷. Mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt redovisningsdirektivet omfattas dock inte av denna skyldighet. Artikel 19 i direktivet har genom 6 kap. 1 § årsredovisningslagen (1995:1554) genomförts i svensk rätt (prop. 2015/16:3 s. 235).

Den information som ska bifogas förvaltningsberättelsen är beloppen för eller värdet av andra förmåner som tagits emot helt eller delvis i utbyte mot de tillhandahållna politiska reklamtjänsterna, inbegripet användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik, sammanställda per kampanj.

Mekanismer för underrättelse

I artikel 15 finns bestämmelser om utgivares skyldighet att tillhandahålla mekanismer som gör det möjligt för fysiska eller juridiska personer att underrätta dem om att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med förordningen.

⁷ Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU av den 26 juni 2013 om årsbokslut, koncernredovisning och rapporter i vissa typer av företag, om ändring av Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/43/EG och om upphävande av rådets direktiv 78/660/EEG och 83/349/EEG.

I artikel 15.2 och 15.3 finns närmare bestämmelser om mekanismerna, bl.a. om att de även ska kunna nå från transparensmeddelandet.

I artikel 15.4–15.10 finns bestämmelser om hur utgivarna ska hantera underrättelserna. Det gäller bl.a. ett särskilt skyndsamhetskrav under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning i förhållande till reklammeddelanden kopplat till det valet eller den folkomröstningen. Det finns även ett krav på utgivarna att utan oskäligt dröjsmål informera de berörda sponsorerna eller tillhandahållarna om alla åtgärder som de vidtar som påverkar tillgängligheten eller presentationen av det berörda reklammeddelandet.

I artikel 15.10 finns en bestämmelse som ger kommissionen möjlighet att utfärda riktlinjer för att bistå utgivarna vid tillämpningen av artikel 15.

Artiklarna 16 och 17

Informationsöverföring till myndigheter

I artikel 16 finns bestämmelser om informationsöverföring till behöriga myndigheter.

För att kontrollera efterlevnaden av vissa artiklar ska myndigheterna ha befogenhet att begära att en tillhandahållare överför all nödvändig information. De artiklar som omfattas av bestämmelsen är

- artikel 9 (bevarande av information)
- artikel 11 (märkning av reklammeddelanden)
- artikel 12 (transparensmeddelanden)
- artikel 14 (rapportering i förvaltningsberättelse)

Tillhandahållaren är skyldig att bekräfta mottagandet av en begäran om information inom två arbetsdagar och informera om vilka åtgärder som vidtagits för att tillmötesgå den. Den begärda informationen ska överföras inom åtta arbetsdagar. Mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt EU:s redovisningsdirektiv får emellertid längre tid på sig. De ska göra rimliga ansträngningar för

att överföra informationen inom tolv arbetsdagar, och därefter utan oskäligt dröjsmål (artikel 16.3).

Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning gäller särskilda krav på skyndsamhet för överföring av informationen. Den ska då överföras utan oskäligt dröjsmål och senast inom 48 timmar. Mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt redovisningsdirektivet ska överföra informationen utan oskäligt dröjsmål och om möjligt dagen före valet eller folkomröstningen.

Slutligen finns det en skyldighet för tillhandahållare att utse en kontaktpunkt för samverkan med nationella behöriga myndigheter (artikel 16.5).

Informationsöverföring till forskare, civilsamhällesorganisationer m.fl.

I artikel 17 finns bestämmelser om skyldighet för tillhandahållare att på begäran av berörda enheter överföra viss information. Den information som omfattas är den som tillhandahållarna är skyldiga att ha enligt artikel 9, 11 och 12. ”Berörda enheter” är enligt artikel 17.2 följande:

- a) Utvalda forskare i enlighet med artikel 40.8 i EU:s förordning om digitala tjänster.
- b) Medlemmar i en organisation i det civila samhället vars stadgeenliga mål är att skydda och främja allmänintresset och som är auktoriserad i enlighet med nationell rätt eller unionsrätten.
- c) Politiska aktörer.
- d) Nationella eller internationella valobservatörer som är erkända i en medlemsstat.
- e) Journalister.

Syftet med skyldigheten att överföra information till dessa aktörer är enligt skäl 73 att stödja deras respektive roll i den demokratiska processen.

En tillhandahållare har möjlighet att vägra lämna över informationen under vissa omständigheter och i stället lämna ett motiverat svar tillsammans med information om möjligheterna till prövning (artikel 17.5). Tillhandahållaren ska vidta bästa möjliga åtgärder för

att tillhandahålla antingen den begärda informationen eller ett motiverat svar snarast möjligt och senast inom en månad (artikel 17.3).

Det finns även bl.a. en bestämmelse om möjlighet för tillhandahållare att ta ut en avgift för handläggningen (artikel 17.6).

2.1.5 Behandling av personuppgifter när inriktnings- och annonsleveransteknik används för politisk reklam

I artikel 18–20 i förordningen om politisk reklam finns en särskild reglering av så kallad inriktnings- och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter. Artikel 18 innehåller särskilda villkor och förbud i fråga om sådan teknik. Artikel 19 innehåller ytterligare transparenskrav utöver de som gäller enligt övriga delar av förordningen om politisk reklam. Artikel 20 reglerar överföring av viss information.

Bestämmelserna kompletterar EU:s dataskyddsregelverk, bl.a. EU:s allmänna dataskyddsförordning (jfr skäl 113). Bestämmelserna gäller även för ”intern verksamhet”, dvs. när det inte är fråga om att tillhandahålla en politisk reklamtjänst (jfr skäl 24).

Inriktningsteknik är enligt artikel 3.11 teknik som används för att rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer eller för att utesluta dem genom behandling av personuppgifter.

Annonssleveransteknik är enligt artikel 3.12 optimeringsteknik som används för att öka spridning, räckvidd eller synlighet för politiska reklammeddelanden baserat på automatiserad behandling av personuppgifter och som kan användas för att visa det politiska reklammeddelandet enbart för en viss person eller grupp av personer.

För att inriktnings- eller annonsleveransteknik ska få användas vid politisk onlinereklam krävs enligt artikel 18.1 att personuppgifterna har samlats in från den registrerade och att denne uttryckligen gett sitt separata samtycke till att uppgifterna behandlas för politiska reklamändamål. Vid användningen av tekniken får det inte heller förekomma någon profilering med användning av känsliga personuppgifter. Slutligen finns det enligt artikel 18.2 även en åldersgräns. Teknikerna är otillåtna om den personuppgiftsansvarige

med rimlig säkerhet vet att den registrerade är minst ett år yngre än den nationella rösträttsåldern.

Från kraven i artikel 18 gäller under vissa förutsättningar ett undantag enligt artikel 18.3. Undantaget omfattar kommunikation, exempelvis nyhetsbrev, från politiska partier och andra ideella organ till medlemmar, före detta medlemmar eller abonnenter.

Enligt artikel 18.4 ska den personuppgiftsansvarige säkerställa att den registrerade inte uppmanas att ge sitt samtycke om personen redan på automatisk väg angett att denne inte samtycker till behandling av uppgifter för politiska reklamändamål, såvida begäran inte motiveras av väsentligt förändrade omständigheter. Den personuppgiftsansvarige ska även säkerställa att registrerade som vägrat ge sitt samtycke erbjuds ett likvärdigt alternativ för att använda onlinetjänsten utan att motta politisk reklam (artikel 18.4).

Enligt artikel 19.1 gäller vissa ytterligare transparenskrav. Dessa krav avser framtagande av en policy för användningen av inriktnings- och annonsleveranstekniken, registerförande av användningen av tekniken m.m. samt offentliggörande av en årlig riskbedömning med avseende på grundläggande fri- och rättigheter (artikel 19.1 a, b och d).

I transparenskraven ingår även skyldigheter för den personuppgiftsansvarige att tillhandahålla viss ytterligare information.

Den berörda personen ska, tillsammans med uppgiften att det är fråga om ett politiskt reklammeddelande, få information för att förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den använda tekniken. I informationen ska det bl.a. ingå uppgifter om de grupper av mottagare reklamen riktas till, de personuppgiftskategorier som används och användningen av artificiell intelligens. Det ska även finnas en länk till policyn över användningen av tekniken (artikel 19.1 c).

Enskilda ska även få en hänvisning till effektiva medel för att kunna utöva sina rättigheter enligt bl.a. EU:s allmänna dataskyddsförordning, särskilt avseende enskilda personers rätt att korrigera personuppgifter eller dra tillbaka sitt samtycke. I hänvisningen ska det ingå en länk till ett gränssnitt som möjliggör detta.

Artikel 19 innehåller även bestämmelser om informationsöverföring mellan personuppgiftsansvariga och tillhandahållare av politiska reklamtjänster (artikel 19.2 och 19.3) samt om krav på informationens format m.m. (artikel 19.3).

Kommissionen har befogenhet att genom delegerade akter lägga till led i förteckningen i artikel 19.1 (artikel 19.5).

Enligt artikel 20 ska de personuppgiftsansvariga vidta lämpliga åtgärder för att på begäran av forskare, journalister och andra berörda enheter som avses i artikel 17.2 kostnadsfritt överföra den information som avses i artikel 19.

2.1.6 Tillsyn och efterlevnad samt slutbestämmelser

I artiklarna 21–26 finns bestämmelser om tillsyn och efterlevnad av förordningen om politisk reklam. I artiklarna 27–30 finns slutbestämmelser.

Enligt artikel 21 ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster som inte har ett etableringsställe i EU utse en rättslig företrädare i ett av de länder inom unionen där de bedriver verksamhet. Denne ska registrera sig hos en behörig myndighet. Den rättslige företrädaren ska ansvara för att skyldigheterna enligt förordningen fullgörs och ta emot kommunikation till tjänstetillhandahållaren.

I artikel 22 finns bestämmelser om behöriga myndigheter och nationella kontaktpunkter och i artikel 23 finns bestämmelser om gränsöverskridande samarbete. Regleringen innebär i korthet följande.

Den nationella myndighet som är tillsynsmyndighet enligt EU:s dataskyddsförordning samt den Europeiska datatillsynsmannen ska utöva tillsyn över efterlevnaden av artikel 18 och 19. Myndigheterna ska i tillämpliga delar ha de befogenheter som gäller enligt EU:s dataskyddsregelverk.

För tillsynen i fråga om övriga delar av förordningen ska medlemsstaterna utse en eller flera behöriga myndigheter. Samordnaren av digitala tjänster enligt EU:s förordning om digitala tjänster ska ha en viss samordnande roll om tillsynen avser leverantörer av förmedlingstjänster enligt den förordningen. De behöriga myndigheterna ska ha vissa befogenheter, bl.a. för att få information, besluta om viten och utföra inspektioner. En behörig myndighet ska också utses till nationell kontaktpunkt och ingå i ett nätverk med sådana kontaktpunkter på EU-nivå.

Den medlemsstat i vilken tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är etablerad ska ha befogenhet att utöva tillsyn. Om till-

handahållaren är etablerad i mer än en medlemsstat ska vederbörande anses omfattas av jurisdiktionen i den medlemsstat där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe. De behöriga myndigheterna ska samarbeta med varandra via nätverket av kontaktpunkter i vissa närmare angivna former. En behörig myndighet på vars territorium en misstänkt överträdelse av förordningen begåtts kan begära att åtgärder vidtas av myndigheten i det land där tillhandahållaren är etablerad. Det finns även möjlighet för behöriga myndigheter att genomföra gemensamma undersökningar av överträdelser.

I artikel 24 finns bestämmelser om handläggning av anmälningar av överträdelser av förordningen.

I artikel 25 finns bestämmelser om sanktioner för överträdelser av förordningen.

Medlemsstaterna ska enligt artikel 26 offentliggöra datum för val, folkomröstningar och valperioder samt ange dem i en offentlig portal som kommissionen ska tillhandahålla.

Den första artikeln bland slutbestämmelserna, artikel 27, reglerar utvärdering och översyn av förordningen. Kommissionen ska senast två år efter varje val till Europaparlamentet lägga fram en rapport om detta till parlamentet och rådet. Rapporten ska innehålla en bedömning av behovet av att ändra förordningen, bl.a. med avseende på tillsyns- och efterlevnadsstrukturens ändamålsenlighet samt typen av och storleken på de sanktioner medlemsstaterna fastställer.

I slutbestämmelserna regleras även kommissionens befogenheter att anta delegerade akter och genomförandeakter (artiklarna 28 och 29).

Slutligen finns det i artikel 30 bestämmelser om ikraftträdande och tillämpning. Förordningen trädde i kraft den 9 april 2024 och från den dagen ska vissa bestämmelser tillämpas. Detta gäller artikel 3 (definitioner) och artikel 5.1 (förbud mot diskriminerande begränsningar med avseende på bosättningsort eller etableringsort). I övrigt ska förordningen tillämpas från och med den 10 oktober 2025.

2.2 Sambandet mellan förordningen om politisk reklam och förordningen om digitala tjänster

EU:s förordning om digitala tjänster

EU:s förordning om digitala tjänster innehåller harmoniserade regler för tillhandahållandet av digitala förmedlingstjänster på den inre marknaden. Vad en förmedlingstjänst är definieras närmare i förordningen, men förenklat kan det beskrivas som en digital infrastruktur. Exempel på leverantörer av förmedlingstjänster är internetleverantörer, leverantörer av värdtjänster, såsom molntjänster och webbvärdtjänster, domänregister, marknadsplatser online, appbutiker, plattformar för delningsekonomi, sociala nätverk, plattformar för delning av innehåll och onlineplattformar för resor och inkvartering.

Förordningen begränsar ansvaret för leverantörer av förmedlingstjänster i fråga om den information som kommer från användare av tjänsten. Ansvarsfriheten gäller förutsatt att tjänsteleverantören uppfyller vissa villkor och tillhandahåller tjänsterna neutralt genom rent teknisk och automatisk behandling av någon annans information.⁸ Leverantörer av förmedlingstjänster får inte heller ges någon allmän skyldighet att övervaka den information som de överför eller lagrar eller att undersöka fakta eller omständigheter som tyder på olaglig verksamhet.

För leverantörerna gäller även särskilda aktsamhetskrav som är anpassade till olika kategorier av leverantörer. I förordningen finns även regler för genomförandet och kontrollen av efterlevnaden, även vad gäller samarbete och samordning mellan behöriga myndigheter. Varje medlemsstat ska utse behöriga myndigheter varav en ska utses till samordnare för digitala tjänster.

Frågan om vilka åtgärder Sverige behöver vidta med anledning av förordningen om digitala tjänster har utretts och resulterat i två betänkanden (SOU 2023:2 och SOU 2023:39). Med utgångspunkt i förslagen har regeringen utsett Post- och telestyrelsen till behörig myndighet och samordnare för digitala tjänster och Konsumentverket och Mediemyndigheten till behöriga myndigheter (Regeringsbeslut den 8 februari 2024, dnr Fi2024/00301). Regeringen har även beslutat om propositionen Kompletterande bestäm-

⁸ Se artikel 4–6.

melser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160). Propositionen innehåller bl.a. en ny lag med kompletterande bestämmelser till förordningen. Den nya lagen föreslås träda i kraft den 1 december 2024.

Beröringspunkter mellan förordningarna

Det finns flera beröringspunkter mellan förordningen om politisk reklam och förordningen om digitala tjänster. För det första kan en sponsor eller tillhandahållare av politisk reklam utnyttja en förmedlingstjänst för att sprida politiska reklammeddelanden. En sådan sponsor eller tillhandahållare blir därmed tjänstemottagare i förhållande till leverantören av förmedlingstjänsten, och har i denna egenskap de rättigheter som följer av förordningen om digitala tjänster, exempelvis rätt till beslutsmotivering vid innehållsmotivering (artikel 17) och rätt till tillgång till ett klagomålshanteringssystem (artikel 20).

För det andra kan en leverantör av förmedlingstjänster också vara tillhandahållare av politiska reklamtjänster och därmed vara skyldig att utöver förordningen om digitala tjänster följa förordningen om politisk reklam. Till exempel kan politisk reklam spridas via annonsutrymmen som tillhandahålls av leverantörer av onlineplattformar, såsom sociala medier.

Vissa bestämmelser torde gälla kumulativt för leverantörer av förmedlingstjänster som tillhandahåller politiska reklamtjänster. I artikel 26.1 i förordningen om digitala tjänster finns till exempel en bestämmelse om annonsering på onlineplattformar, såsom sociala medier. Bland annat ska annonserna märkas med viss information. Sådan annonsering omfattas även av de mer detaljerade märknings- och transparenskraven i artiklarna 11 och 12 i förordningen om politisk reklam.

Leverantörer av förmedlingstjänster som är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer och som presenterar annonser på sina onlinegränssnitt ska därtill enligt artikel 39 i förordningen om digitala tjänster ha en sökbar datakatalog som ska innehålla vissa uppgifter om annonserna, exempelvis den fysiska eller juridiska person för vars räkning annonsen presenterades. I sådana datakataloger ska också, enligt en anslutande bestämmelse i

artikel 13.2 i förordningen om politisk reklam, varje politiskt reklammeddelande göras tillgängligt tillsammans med den information som enligt artikel 12.1 ska finnas i transparensmeddelandet. Informationen ska även tillgängliggöras i den europeiska databas över politiska reklammeddelanden online som EU-kommissionen ansvarar för enligt artikel 13.

I en del fall bör leverantörer av förmedlingstjänster som också tillhandahåller politiska reklamtjänster kunna uppfylla kraven i förordningen om politisk reklam genom utnyttjande av åtgärder som föreskrivs i förordningen om digitala tjänster. Ett exempel är att leverantörer av onlineplattformar enligt artikel 26.2 i förordningen om digitala tjänster ska tillhandahålla en funktion som gör det möjligt för tjänstemottagare att anmäla att det innehåller de tillhandahåller utgör eller innehåller kommersiella meddelanden. Ett liknande krav finns i artikel 7.1 i förordningen om politisk reklam. Enligt den bestämmelsen ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster kräva att den som begär en reklamtjänst bl.a. ska uppge om den begärda tjänsten är en politisk reklamtjänst.

Ett annat exempel är skyldigheten att ha mekanismer för anmälningar och åtgärder avseende olagligt innehåll enligt artikel 16 i förordningen om digitala tjänster. Sådana mekanismer skulle kunna utnyttjas för att även uppfylla skyldigheten att ha mekanismer för anmälningar av politiska reklammeddelanden som inte följer förordningen om politisk reklam, enligt artikel 15 i den förordningen.

Vid tillämpningen av förordningen om digitala tjänster kan politisk reklam även i övrigt behöva beaktas. Ett exempel på det är, som framgår av skäl 46 i förordningen om politisk reklam, de bedömningar av systemrisk och riskbegränsningsåtgärder som mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer är skyldiga att utföra enligt artiklarna 34 och 35 i förordningen om digitala tjänster.

När det slutligen gäller tillsynen av efterlevnaden av de bägge förordningarna förutsätts det ske en samordning mellan myndigheterna. Detta kommer till uttryck såväl i skältexten som i vissa bestämmelser i förordningen om politisk reklam. Bland annat ges enligt artikel 22.3 den behöriga myndighet som är samordnare för digitala tjänster en roll även när det gäller tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster. Denna artikel hänvisar även till bestämmelser i

förordningen om digitala tjänster när det gäller myndigheternas befogenheter.

Förordningen om digitala tjänster sätter dessutom vissa ramar för myndigheternas ingripanden mot leverantörer av förmedlingstjänster som också tillhandahåller politiska reklamtjänster. Vid sådana ingripanden behöver man beakta förbudet mot att ålägga leverantörerna skyldigheter avseende övervakning eller aktivt faktsökande enligt artikel 8 i förordningen om digitala tjänster. Därtill behöver förelägganden som riktas mot dessa leverantörer, med stöd av förordningen om politisk reklam och kompletterande nationella föreskrifter, vara i överensstämmelse med de krav som enligt artiklarna 9 och 10 i förordningen om digitala tjänster ställs på förelägganden.⁹

2.3 Skyddet för yttrande- och informationsfriheten

Med hänsyn till att förordningen om politisk reklam bl.a. föreskriver hur politiska reklammeddelanden ska förSES med märkning och transparensmeddelande aktualiseras frågor om yttrande- och informationsfriheten. I svensk rätt regleras rätten till yttrande- och informationsfrihet såväl i regeringsformen, som i mediegrundlagarna, dvs. tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen som i den europeiska konventionen angående skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna (Europakonventionen) och i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna (EU:s rättighetsstadga). I detta avsnitt beskrivs denna reglering översiktligt.

Europakonventionen och EU:s rättighetsstadga

Enligt artikel 10.1 i Europakonventionen har var och en rätt till yttrandefrihet. Denna rätt innefattar åsiktsfrihet samt frihet att ta emot och sprida uppgifter och tankar utan offentlig myndighets inblandning och oberoende av territoriella gränser. Under vissa förutsättningar kan rätten till yttrandefrihet begränsas enligt artikel

⁹ I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) föreslås kompletterande nationella bestämmelser till artiklarna 9 och 10 i förordningen om digitala tjänster.

10.2. En begränsning måste göras i lag och vara nödvändig i ett demokratiskt samhälle, med hänsyn till exempelvis annans rättigheter. Rätten till yttrandefrihet i artikel 11 i EU:s rättighetsstadga är snarlikt formulerad. Även denna rätt kan, enligt artikel 52.1 i stadgan, begränsas genom lag, om begränsningen är nödvändig och faktiskt svarar mot mål av allmänt samhällsintresse som erkänns av unionen eller behovet av skydd för andra människors rättigheter och friheter. För åtgärder som begränsar rätten till yttrandefrihet gäller enligt både Europakonventionen och EU:s rättighetsstadga ett krav på proportionalitet. Det innebär att en åtgärd behöver stå i rimlig relation till det intresse den är avsedd att tillgodose för att vara godtagbar.

Regeringsformen

I regeringsformen tillförsäkras var och en, gentemot det allmänna, bl.a. yttrande- och informationsfrihet. Den svenska folkstyrelsen bygger på en fri åsiktsbildning och var och en är gentemot det allmänna tillförsäkrad frihet att i tal, skrift eller bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor (1 kap. 1 § andra stycket och 2 kap. 1 § första stycket 1). Var och en är också gentemot det allmänna tillförsäkrad frihet att inhämta och ta emot upplysningar samt att i övrigt ta del av andras yttranden (2 kap. 1 § första stycket 2).

I fråga om friheten att yttra sig i de medier som faller inom tryckfrihetsförordningens och yttrandefrihetsgrundlagens tillämpningsområde gäller dessa grundlagar i stället för bestämmelserna om yttrande- och informationsfrihet i regeringsformen (2 kap. 1 § andra stycket).

Yttrande- och informationsfriheten enligt regeringsformen är inte absolut utan kan begränsas. En begränsning av yttrande- eller informationsfriheten för såväl svenska som utländska medborgare behöver göras i lag (2 kap. 20 § första stycket 1 och 2 kap. 25 §). För att en begränsning av svenska medborgares yttrande- eller informationsfrihet ska vara tillåten behöver därutöver ett antal ytterligare förutsättningar vara uppfyllda. En begränsning får endast ske för att tillgodose ändamål som är godtagbara i ett demokratiskt samhälle, aldrig gå utöver vad som är nödvändigt med hänsyn till det ändamål

som har föranlett den och inte heller sträcka sig så långt att den utgör ett hot mot den fria åsiktsbildningen såsom en av folkstyrelsens grundvalar (2 kap. 21 §). Liksom enligt Europakonventionen och EU:s rättighetsstadga gäller alltså enligt regeringsformen ett krav på proportionalitet vid inskränkningar av yttrande- och informationsfriheten. Utöver dessa grundläggande krav gäller att yttrande- och informationsfriheten enbart får begränsas med hänsyn till rikets säkerhet, folkförsörjningen, allmän ordning och säkerhet, enskildas anseende, privatlivets helgd eller förebyggandet och beivrandet av brott, eller i övrigt om särskilt viktiga skäl föranleder det. Därtill får friheten att yttra sig i näringsverksamhet begränsas (2 kap. 23 § första stycket). När lagstiftaren överväger en begränsning ska vikten av vidaste möjliga yttrande- och informationsfrihet i politiska, religiösa, fackliga, vetenskapliga och kulturella angelägenheter särskilt beaktas (2 kap. 23 § andra stycket).

Tryckfrihetsförordningen

Tryckfriheten syftar till att säkerställa ett fritt meningsutbyte, en fri och allsidig upplysning och ett fritt konstnärligt skapande (1 kap. 1 § första stycket). Tryckfriheten innebär en frihet för var och en att i tryckt skrift uttrycka tankar, åsikter och känslor samt att offentliggöra allmänna handlingar och i övrigt lämna uppgifter i vilket ämne som helst (1 kap. 1 § andra stycket).

Tryckfrihetsförordningen omfattar skrifter som framställs i tryckpress och, om vissa förutsättningar är uppfyllda, skrifter som har mångfaldigats genom fotokopiering eller liknande teknik (1 kap. 2 §). Grundlagen kan i vissa fall bli tillämplig även på publiceringar på internet enligt de s.k. bilagereglerna (1 kap. 5–6 §§). Sådana program som tillhandahålls ur en databas och därmed publiceras på internet faller dock som huvudregel inom tillämpningsområdet för yttrandefrihetsgrundlagen.

Tryckfrihetsförordningen bygger på ett antal grundläggande principer, bl.a. censurförbud och etableringsfrihet samt den s.k. exklusivitetsprincipen.

Censurförbudet innebär att en skrift inte före tryckningen får granskas av en myndighet eller ett annat allmänt organ. Det får inte heller förekomma förbud mot tryckning (1 kap. 8 § första stycket).

Det finns även ett förbud mot andra hindrande åtgärder. Det är inte tillåtet för en myndighet eller ett annat allmänt organ att, på grund av skriftens innehåll, hindra tryckning eller utgivning av en skrift, om åtgärden inte har stöd i tryckfrihetsförordningen. Detsamma gäller i fråga om hinder mot spridning av en skrift bland allmänheten (1 kap. 8 § andra stycket).

Etableringsfriheten följer av bestämmelsen i 1 kap. 1 § tredje stycket om en rätt för var och en att ge ut skrifter utan att en myndighet eller ett annat allmänt organ hindrar detta i förväg. Enligt 4 kap. 1 § gäller även att varje fysisk och juridisk person har rätt att själv eller med hjälp av andra trycka skrifter. Dessutom gäller enligt 6 kap. 1 § att varje fysisk och juridisk person har rätt att själv eller med hjälp av andra sprida tryckta skrifter.

Av särskild betydelse är också den s.k. exklusivitetsprincipen som slår fast tryckfrihetsförordningens ställning som exklusiv straff- och processlag vid missbruk av tryckfriheten. I sådana fall får myndigheter och andra allmänna organ bara ingripa på ett sätt som har stöd i tryckfrihetsförordningen. Detsamma gäller för att en tryckt skrift ska kunna konfiskeras eller tas i beslag (1 kap. 9 §).

Yttrandefrihetsgrundlagen

Syftet med yttrandefriheten enligt yttrandefrihetsgrundlagen motsvarar tryckfrihetens syfte enligt tryckfrihetsförordningen. Var och en är gentemot det allmänna tillförsäkrad rätt att i ljudradio, tv och vissa liknande överföringar, offentliga uppspelningar ur en databas samt filmer, videogram, ljudupptagningar och andra tekniska upptagningar offentligen uttrycka tankar, åsikter och känslor och i övrigt lämna uppgifter i vilket ämne som helst (1 kap. 1 § första stycket). Yttrandefriheten har liksom tryckfriheten till ändamål att säkra ett fritt meningsutbyte, en fri och allsidig upplysning och ett fritt konstnärligt skapande (1 kap. 1 § andra stycket).

Yttrandefrihetsgrundlagen har även i övrigt utformats med tryckfrihetsförordningen som förebild och innehåller flera principer som kommer till uttryck i den, inklusive censurförbudet, etableringsfriheten och exklusivitetsprincipen.

När det gäller förbudet mot censur och andra hindrande åtgärder gäller enligt yttrandefrihetsgrundlagen att det som är avsett att

framföras i program eller genom tekniska upptagningar inte får granskas först av en myndighet eller ett annat allmänt organ. Det är inte heller tillåtet för en myndighet eller ett annat allmänt organ att på grund av innehållet förbjuda eller hindra framställning, offentliggörande eller spridning bland allmänheten av ett program eller en teknisk upptagning, om åtgärden inte har stöd i yttrandefrihetsgrundlagen (1 kap. 11 §).

Etableringsfriheten enligt yttrandefrihetsgrundlagen gäller dock endast för sändningar genom tråd (3 kap. 1 §). Rätten att sända program på annat sätt än genom tråd får regleras genom lag som innehåller föreskrifter om tillstånd och villkor för att sända (3 kap. 3 §). I fråga om sådana begränsningar gäller vad som föreskrivs om begränsningar av grundläggande fri- och rättigheter i 2 kap. 21–23 §§ regeringsformen (3 kap. 5 §).

Exklusivitetsprincipen innebär att en myndighet eller ett annat allmänt organ inte utan stöd i yttrandefrihetsgrundlagen får ingripa mot någon för att han eller hon i ett program eller en teknisk upptagning har missbrukat yttrandefriheten eller medverkat till ett sådant missbruk, eller av sådan anledning ingripa mot programmet eller upptagningen (1 kap. 14 §).

Den särskilda grundlagsregleringen i yttrandefrihetsgrundlagen är i huvudsak tillämplig på två olika kommunikationstekniker. Den första kategorin avser ”ljudradio, tv och vissa liknande överföringar”, eller annorlunda uttryckt traditionella radio- och tv-sändningar, samt sådan publicering på internet som omfattas av webbsändningsregeln (1 kap. 3 § andra stycket) och databasregeln (1 kap. 4 §). Den andra kategorin omfattar fysiska informationsbärare, till exempel filmer och upptagningar på band (1 kap. 1 § första stycket). All kommunikation som sker med dessa tekniker omfattas emellertid inte av grundlagen, utan frågan om huruvida den är tillämplig eller inte bestäms av ett tämligen detaljerat regelverk i 1 kap.

3 En ny lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam

3.1 Inledning

3.1.1 Om kompletterande bestämmelser till EU-förordningar

En EU-förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i varje medlemsstat (se artikel 288 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt). Den får inte införlivas i eller omvandlas till nationell rätt. Medlemsstaterna får alltså inte utfärda bestämmelser i sådana frågor som regleras i förordningen och den nationella lagstiftaren kan inte skriva egna förarbeten eller andra typer av förtydliganden av hur en EU-förordning ska tillämpas. Detsamma gäller för hur begrepp i en förordning ska förstås. Hur förordningen ska tolkas och tillämpas är en fråga för de tillämpande myndigheterna och i förekommande fall domstolarna. I sista hand är det EU-domstolen som är den slutgiltiga uttolkaren av en EU-förordning.

Som utgångspunkt får medlemsstaterna inte heller införa några nationella bestämmelser för att komplettera en EU-förordning inom förordningens tillämpningsområde. Vissa frågor kan dock överlämnas till medlemsstaterna att själva reglera. Om sådant överlämnande sker förutsätts medlemsstaterna införa nationella bestämmelser, och medlemsstaterna kan då också klargöra dessa reglers innebörd och tillämpning. Detta kan vidare påverka den nationella lagstiftarens behov av att i viss utsträckning göra bedömningar angående innebörden av EU-förordningens regler.

Medlemsstaterna har också en skyldighet att se till att EU-förordningen kan tillämpas i praktiken och få effektivt genomslag. I många fall förutsätter en EU-förordning därför att medlemsstaterna inför regler av verkställande karaktär.

3.1.2 Förhållandet mellan förordningen om politisk reklam och tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen

Förordningen om politisk reklam är teknikneutral, vilket innebär att den kommer att bli tillämplig på politiska reklammeddelanden som framförs i alla slags sammanhang, inklusive i de medier som skyddas av mediegrundlagarna, dvs. tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen. Förordningen ställer bl.a. krav på att det politiska meddelandet ska förses med märkning om vem som är sponsor och viss annan information som är hänförlig till den politiska reklamtjänsten. Frågan är hur förordningens krav förhåller sig till mediegrundlagarna.

Vid bedömningen av hur kraven förhåller sig till tryck- och yttrandefriheten bör bl.a. tilläggsinformationens karaktär beaktas. Den information som politiska reklammeddelanden ska förses med enligt artiklarna 11 och 12 ska avse uppgifter av saklig karaktär, såsom att budskapet utgör politisk reklam, vem som står bakom den, vilken ekonomisk ersättning som har lämnats för den, dess kopplingar till val och andra processer, information om inriktnings- och annonsleveransteknik som har använts och liknande upplysningar (se om informationens innehåll, avsnitt 2.1.4).

Därtill gäller märknings- och transparenskraven enbart politiska reklammeddelanden som publiceras, tillhandahålls eller sprids med utnyttjande av en politisk reklamtjänst. Det handlar om tillhandahållande av en prestation som utförs av egenföretagare, normalt mot ersättning, enligt definitionen i artikel 57 i EUF-fördraget (artikel 3.1 och 3.5).

Förordningen om politisk reklam innehåller därutöver såväl enskilda bestämmelser som skrivningar i skälen som har betydelse för förordningens förhållande till tryck- och yttrandefriheten.

Genom artikel 1.2 begränsas förordningens tillämpningsområde i fråga om material som omfattas av redaktionellt ansvar. Enligt bestämmelsen ska politiska åsikter och annat redaktionellt innehåll

som omfattas av redaktionellt ansvar, oavsett i vilket medium de framförs, inte anses vara politisk reklam såvida inte särskild betalning eller annan ersättning erläggs för, eller i samband med, deras utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av tredje parter. I skäl 29 konstateras även att förordningen inte bör påverka mediernas redaktionella frihet.

I artikel 2.2 anges därtill att förordningen bl.a. inte ska påverka innehållet i politiska reklammeddelanden. Dessutom sägs i skäl 14 att förordningen inte bör påverka den grundläggande rätten till åsikts- och yttrandefrihet. Enligt artikel 1.3 omfattar förordningen inte politiska åsikter som uttrycks av någon i egenskap av privatperson.

Därtill gäller enligt artikel 25.1 andra stycket att medlemsstaterna vid fastställandet av bestämmelserna om sanktioner ska ta hänsyn till bestämmelserna om pressfrihet och yttrandefrihet i andra medier samt till regler eller normer för journalistyrket.

I skäl 50 anges att förordningen inte bör medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner. Detsamma gäller enligt skäl 50 regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar.

Slutligen framgår av skäl 72 att alla åtgärder som en utgivare av politisk reklam vidtar bör vara strikt målinriktade i den meningen att de först och främst bör tjäna till att korrigera eller komplettera den efterfrågade informationen och endast i sista hand avlägsna den specifika del av informationen som inte är förenlig med förordningen. Enligt samma skäl bör utgivaren i samband med detta ta vederbörlig hänsyn till yttrandefriheten, informationsfriheten och andra grundläggande rättigheter.

Regleringen i mediegrundlagarna innebär bl.a. att det finns begränsningar beträffande vilka krav som kan ställas på att en tryckt skrift eller ett annat grundlagsskyddat medium ska ha ett visst innehåll (se avsnitt 2.3). Tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen innehåller s.k. delegationsbestämmelser som medger reglering i lag av vissa frågor. Det finns också möjlighet att undanta innehåll genom en tolkning av grundlagarnas syfte, en s.k.

ändamålstolkning. Möjligheten att åsidosätta delar av grundlagsskyddet gäller dock enbart för ingripande mot sådant som publicerats. Andra delar av mediegrundlagarnas skyddsregler tillämpas utan inskränkningar av detta slag. Detta gäller bl.a. för censurförbudet (Axberger, Yttrandefrihetsgrundlagarna. Rättigheter och gränser för medier och medborgare [2023, version 5, JUNO] s. 68; jfr prop. 1986/87:151 s. 53).

I 1 kap. 19 § andra stycket yttrandefrihetsgrundlagen finns en delegationsbestämmelse som innebär att det är möjligt att i vanlig lag meddela förbud mot eller villkor för annonsering i program som helt eller delvis bekostas av någon annan än den som bedriver programverksamheten. Begreppet ”annonsering” omfattar det som i dagligt tal benämns åsiktsannonsering, dvs. reklam som syftar till att få allmänheten att omfatta vissa värderingar eller påverka människors beteende i en viss riktning (prop. 1990/91:64 s. 114). Bestämmelsen omfattar förutom sändningar av program även sådana uppspelningar ur databaser som omfattas av yttrandefrihetsgrundlagen (jfr 1 kap. 4 §).

I tidigare lagstiftningsärenden har dessutom krav på tilläggsinformation, exempelvis genom varnings- och informationstexter på produkter och i annonser, i vissa fall ansetts falla utanför tryckfrihetsförordningens skydd. I förarbetena konstateras att det finns ett visst utrymme att i vanlig lag föreskriva att en skrift ska förses med sådana texter. För att ett påbud om en text med ett visst innehåll ska kunna tolereras från tryck- och yttrandefrihetsrättslig synpunkt krävs dock att det inte rör sig om texter av uttryckligen åsiktspåverkande eller opinionsbildande karaktär (se bl.a. prop. 2010/11:65 s. 46).

3.2 En ny lag ska komplettera förordningen

Förslag: En ny lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam ska införas.

Ord och uttryck i den nya kompletteringslagen ska ha samma betydelse som i förordningen om politisk reklam.

Med *EU:s förordning om digitala tjänster* ska i lagen avses Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och

om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster).

Med EU:s dataskyddsförordning ska i lagen avses Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

De hänvisningar till förordningen om politisk reklam som finns i lagen ska, med undantag för bestämmelserna om sanktionsavgifter, avse förordningen i den vid varje tidpunkt gällande lydelsen.

Skälen för förslaget

En lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam ska införas

Förordningen om politisk reklam överlämnar till medlemsstaterna att reglera vissa frågor. I artikel 22 finns bestämmelser om behöriga myndigheter som ska sköta övervakningen av tillämpningen av förordningen. Dessa myndigheter ska ges vissa befogenheter. Enligt artikel 25 krävs även att medlemsstaterna ska fastställa bestämmelser om sanktioner eller, vid behov, andra åtgärder för överträdelser av ett flertal artiklar i förordningen.

Det står därmed klart att det kommer att behövas vissa nationella bestämmelser som kompletterar förordningen om politisk reklam. Dessa bör samlas i en ny lag. För att göra det tydligt att den nya lagen inte är heltäckande, utan endast ett komplement till förordningen, bör den benämnas lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam, fortsättningsvis kallad kompletteringslagen.

Ord och uttryck ska ha samma betydelse i lagen som i förordningen om politisk reklam

I artikel 3 i EU:s förordning om politisk reklam anges de definitioner som gäller vid tillämpningen av förordningen. Ord och uttryck som

används i kompletteringslagen bör ha samma betydelse som i förordningen. En bestämmelse om detta bör införas i lagen. I lagen används inte ord eller uttryck som finns i förordningen på annat sätt. En reservation i lagtexten om att det kan finnas avvikelser som i sådant fall anges särskilt behövs därför inte.

En kortform av EU:s förordning om digitala tjänster och EU:s dataskyddsförordning bör användas i lagen

Eftersom EU:s förordning om politisk reklam hänvisar till EU:s förordning om digitala tjänster, bl.a. när det gäller behöriga myndigheters befogenheter, kommer det behövas hänvisningar till den sistnämnda förordningen i kompletteringslagen. Det är dock opraktiskt att skriva ut det fullständiga namnet varje gång förordningen nämns i lagen. Detsamma gäller EU:s dataskyddsförordning. Förordningarna bör i lagen benämnas ”EU:s förordning om digitala tjänster” och ”EU:s dataskyddsförordning”. En bestämmelse om detta bör föras in i lagen.

Hänvisningarna till EU-förordningarna bör vara dynamiska utom när det gäller sanktionsavgifter

Kompletteringslagen ska läsas tillsammans med förordningen. För att undvika dubbelreglering är det lämpligt att hänvisa till förordningen i lagen. Hänvisningar kommer även finnas till EU:s förordning om digitala tjänster.

Det finns två sätt att hänvisa till unionslagstiftning i nationell rätt, antingen genom statiska hänvisningar eller genom dynamiska hänvisningar. En statisk hänvisning innebär att hänvisningen avser EU-rättsakten i en viss angiven lydelse. En följd av denna hänvisningsteknik är att den nationella författningen normalt behöver ändras varje gång EU-bestämmelsen ändras. En dynamisk hänvisning innebär att hänvisningen avser EU-rättsakten i den vid varje tidpunkt gällande lydelsen. Vid införande av sanktionsbestämmelser bör dock statiska hänvisningar användas, som utgångspunkt.

Kompletteringslagen föreslås innehålla bestämmelser om sanktioner vid överträdelser av förordningen i vissa fall. Sanktionsbestämmelserna bör innehålla statiska hänvisningar till förordningen

med hänsyn till behovet av förutsebarhet i fråga om vilka överträdelser som kan leda till sanktioner. För att eventuella ändringar i förordningen ska få omedelbart genomslag i Sverige är det lämpligt att övriga hänvisningar i kompletteringslagen är dynamiska.

Det behövs inte några ytterligare ändringar med hänsyn till yttrande- och informationsfriheten

Förordningen om politisk reklam innehåller viktiga begränsningar i förhållande till tryck- och yttrandefriheten enligt mediegrundlagarna, bl.a. ska förordningen inte påverka innehållet i de budskap som förmedlas och material som omfattas av redaktionellt ansvar undantas som utgångspunkt från tillämpningsområdet (se avsnitt 3.1.2). Det finns även en uttrycklig skrivning i skälen om att förordningen inte bör medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta några åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner. Förordningens krav på märkningar och transparensmeddelanden har därtill en sådan saklig inriktning som krävs för att gränsen till grundlagarnas skyddsområde inte ska överskridas, i den mån de inte omfattas av 1 kap. 19 § andra stycket yttrandefrihetsgrundlagen. Sammantaget bedöms detta, tillsammans med att tryck- och yttrandefriheten beaktas vid utformningen av förslaget till sanktionssystem, innebära att förordningen kan tillämpas på ett sätt som är förenligt med mediegrundlagarna.

4 Fördelning av ansvar till myndigheter

4.1 Tillsynsansvar

I artikel 22 i förordningen om politisk reklam finns det bestämmelser om behöriga myndigheter och kontaktpunkter. Vad gäller tillsynsansvaret så är artikeln uppdelad i tre ansvarsområden; tillsyn av efterlevnaden av artiklarna 18 och 19 (artikel 22.1), tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster (artikel 22.3) och tillsyn över övriga aspekter i förordningen (artiklarna 22.4 och 5).

4.1.1 Integritetsskyddsmyndigheten ska vara behörig myndighet enligt artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam

Förslag: Det ska införas en upplysning i kompletteringslagen om att det i artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam finns bestämmelser om att de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i EU:s förordning om politisk reklam.

Bedömning: Det bör införas en upplysning i Integritetsskyddsmyndighetens instruktion om att myndigheten ska vara nationell tillsynsmyndighet enligt artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam.

Skälen för förslaget och bedömningen: Artikel 22.1 i förordningen om politisk reklam behandlar övervakningen av tillämpningen av artiklarna 18 och 19, dvs. de bestämmelser som reglerar användningen av inriktnings- och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter (se avsnitt 2.1.5). På

EU-nivå ska Europeiska datatillsynsmannen vara behörig att övervaka tillämpningen av dessa artiklar. På nationell nivå ska de tillsynsmyndigheter vara behöriga som avses i artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning. Integritetsskyddsmyndigheten är utsedd till sådan tillsynsmyndighet i Sverige. Myndigheten ska därför vara behörig myndighet för övervakningen av tillämpningen och efterlevnaden av artiklarna 18 och 19. Myndighetens uppdrag som behörig myndighet enligt EU:s förordning om politisk reklam följer direkt av den förordningen och myndighetens instruktionsenliga tillsynsansvar i fråga om EU:s dataskyddsförordning. Några kompletterande bestämmelser i lag behövs därför inte.

Integritetsskyddsmyndighetens uppdrag bör inte regleras i kompletteringslagen eftersom uppdraget följer direkt av förordningen om politisk reklam. Det bör emellertid införas en upplysning om uppdraget i kompletteringslagen. Av upplysningen bör det framgå att det i artikel 22.1 i förordningen finns bestämmelser om att de tillsynsmyndigheter som avses i EU:s dataskyddsförordning ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam. Det bör även införas en upplysning om uppdraget enligt förordningen om politisk reklam i förordningen (2007:975) med instruktion för Integritetsskyddsmyndigheten.

4.1.2 Mediemyndigheten ska vara behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam

Förslag: Det ska finnas en upplysning i kompletteringslagen om att den eller de myndigheter som regeringen bestämmer är behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam.

Bedömning: Mediemyndigheten bör utses till behörig myndighet. Uppdraget bör föras in i myndighetens instruktion.

Skälen för förslaget och bedömningen

Det bör upplysas i kompletteringslagen att regeringen utser behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4

I artikel 22.3 och 22.4 i förordningen om politisk reklam finns bestämmelser om att medlemsstaterna ska utse behöriga myndigheter för att övervaka efterlevnaden av förordningen i andra fall än när det gäller tillämpningen av artiklarna 18 och 19. Det finns inte behov av att peka ut behörig myndighet i kompletteringslagen. Det är tillräckligt att myndigheten utses av regeringen. Det bör däremot finnas en upplysning i kompletteringslagen om att den eller de myndigheter som regeringen bestämmer är behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam.

Vad som krävs av behöriga myndigheter enligt artikel 22.3 och 22.4

Enligt artikel 22.3 ska medlemsstaterna utse behöriga myndigheter för att övervaka att leverantörer av förmedlingstjänster i den mening som avses i EU:s förordning om digitala tjänster fullgör de skyldigheter som fastställs i artiklarna 7–17 och 21 i förordningen om politisk reklam, i tillämpliga fall. Enligt artikel 22.4 i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna utse en eller flera behöriga myndigheter som ska ansvara för tillämpningen och efterlevnaden av de aspekter av förordningen som inte avses i artikel 22.1 och 22.3, dvs. som varken rör artiklarna 18 och 19 eller leverantörer av förmedlingstjänster. Förordningen om politisk reklam tillåter således att medlemsstaterna utser flera behöriga myndigheter enligt artikel 22.3 och 22.4, men det är även möjligt att samla uppdraget enligt båda bestämmelserna hos en myndighet. Förordningen om politisk reklam ställer vissa krav på att den behöriga myndigheten ska vara oberoende. Artikel 22.4 kräver att myndigheten är oberoende både av sektorn och av extern påverkan i form av politisk inblandning eller påtryckning, samt att den agerar på ett oberoende och ändamålsenligt sätt. När det gäller tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster finns i artikel 22.3 en hänvisning till artikel 51 i EU:s förordning om digitala tjänster, som innehåller liknande krav på oberoende.

Utöver de krav på oberoende som ställs enligt förordningen om politisk reklam torde uppdraget till följd av sin natur innebära att en behörig myndighet behöver ha kompetens inom vissa områden. Det är lämpligt att myndigheten har kompetens i fråga om tillsynsarbete och frågor om yttrandefrihet, fri åsiktsbildning och mediemångfald. Myndigheten behöver kunna hantera ett brett tillsynsområde som omfattar många olika typer av verksamheter och tekniska former för publicering, tillhandahållande och spridning av politisk reklam. Uppdraget kommer att kräva kompetens att utöva tillsyn såväl på internet som på andra arenor.

En av de behöriga myndigheterna ska utses till nationell kontaktpunkt (se avsnitt 4.2.2) som ska delta i samarbete på EU-nivå. Det torde vara lämpligt att den myndigheten har erfarenhet av sådant arbete. Dessutom bör enligt skäl 103 i förordningen kontaktpunkten om möjligt vara medlem i det europeiska nätverket för valsamarbete.

Slutligen behöver även sambandet med EU:s förordning om digitala tjänster beaktas (se avsnitt 2.2). De behöriga myndigheterna enligt förordningen om politisk reklam och förordningen om digitala tjänster kommer att behöva samverka. Leverantörer av förmedlingstjänster enligt den sistnämnda förordningen kommer att utgöra en del av den krets av aktörer som omfattas av tillsynen enligt förordningen om politisk reklam.

Mediemyndigheten bör utses till behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4

De myndigheter som kan övervägas som behöriga myndigheter är mot den ovan angivna bakgrunden Post- och telestyrelsen (PTS), Konsumentverket och Mediemyndigheten, vilka utsetts till behöriga myndigheter enligt förordningen om digitala tjänster. Andra myndigheter som kan övervägas är Integritetsskyddsmyndigheten (utöver artiklarna 18 och 19) och Valmyndigheten.

Mediemyndigheten är den av de nu uppräknade myndigheterna vars nuvarande kompetensprofil och uppdrag bäst stämmer överens med uppdraget som behörig myndighet enligt förordningen om politisk reklam. Mediemyndigheten ska bl.a. inom sitt verksamhetsområde verka för yttrandefrihet, medie- och informationskunnighet samt möjligheterna till mediemångfald och tillgänglighet. Myndigheten ansvarar även för frågor om tillstånd, registrering, tillsyn,

mediestöd och utgivningsbevis på medieområdet (1 § förordningen (2023:844) med instruktion för Mediemyndigheten). Myndigheten har uppgifter enligt bl.a. lagen (1991:1559) med föreskrifter på tryckfrihetsförordningens och yttrandefrihetsgrundlagens områden samt radio- och tv-lagen (2010:696).

Myndigheten är även nationell tillsynsmyndighet enligt artikel 30 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU av den 10 mars 2010 om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster), i lydelsen enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1808 (AV-direktivet).

Dessutom omfattar myndighetens behörighet enligt förordningen om digitala tjänster ansvar för tillsyn bl.a. när det gäller artikel 26.1, 26.3 och 28.2 i den förordningen i förhållande till vissa annonser (Regeringsbeslut den 8 februari 2024, dnr Fi2024/00301; jfr SOU 2023:2 s. 76–82). I artikel 26.1 ställs krav på annonser på onlineplattformar. Sådana annonser ska märkas upp och det ska ges viss information, bl.a. om den person för vars räkning annonsen presenteras. I artikel 26.3 finns när det gäller användning av känsliga personuppgifter ett förbud mot att presentera annonser som bygger på profilering. Ett sådant förbud finns även när det gäller minderåriga enligt artikel 28.2. Konsumentverket är behörig myndighet för annonser med kommersiellt syfte, medan Mediemyndighetens ansvar omfattar övriga annonser, vilket kan inkludera politiska reklammeddelanden.

Vid Mediemyndigheten finns även granskningsnämnden för radio och tv som är ett särskilt beslutsorgan inom myndigheten, vars sammansättning och uppdrag är reglerade i radio- och tv-lagen. Principerna för fördelningen av ansvaret för beslut mellan Mediemyndigheten och granskningsnämnden är att nämnden prövar frågor som kräver en granskning av innehållet i program medan myndigheten inte gör det (jfr prop. 1993/94:160 s. 36–38, prop. 1995/96:160 s. 127–129 och prop. 2009/10:115 s. 256–257). Granskningsnämnden har bl.a. i uppdrag att granska i efterhand om program står i överensstämmelse med radio- och tv-lagen och de programrelaterade villkor som kan gälla för tjänsterna. Uppdraget omfattar t.ex. radio- och tv-lagens bestämmelse om förbud mot

åsiktsannonser¹⁰ i sändningar som omfattas av villkor om opartiskhet (5 kap. 6 §) samt krav på annonssignatur (8 kap. 5 § och 15 kap. 1 §) och sponsringsmeddelande (7 kap. 4 § och 15 kap. 10 §). De konstitutionella förutsättningarna för nämndens verksamhet finns i 7 kap. 5 § yttrandefrihetslagen. Där framgår bl.a. att nämndens sammansättning ska vara lagreglerad och att dess ordförande ska vara eller ha varit ordinarie domare. Genom paragrafen görs även vissa begränsningar i nämndens befogenheter.

Sammantaget kan konstateras att det inom Mediemyndigheten finns såväl tillsynskompetens som erfarenhet av internationellt samarbete. Inom myndigheten torde i princip även den sakliga kompetens som behövs finnas. Uppdraget enligt förordningen om politisk reklam innebär dock tillsyn över nya typer av aktörer och nya arenor, vilket kan kräva viss förstärkning av kompetensen. Myndigheten uppfyller även de krav på oberoende som förordningen om politisk reklam ställer. Uppdraget som behörig myndighet är förenligt med myndighetens nuvarande uppdrag. Sammantaget talar starka skäl för att myndigheten utses till behörig myndighet enligt förordningen om politisk reklam.

Uppdraget som behörig myndighet bör om möjligt hållas samman. Det finns inte någon enskild artikel i förordningen om politisk reklam som har en så stark koppling till ansvarsområdet för någon annan myndighet att ansvaret bör tilldelas den myndigheten. Det finns inte heller någon fördel med att låta någon annan myndighet ansvara för tillsynen av vissa verksamheter eller aktörer. Mediemyndigheten bör därför ensam utses till behörig myndighet såväl enligt artikel 22.3 som artikel 22.4 i förordningen om politisk reklam.

¹⁰ Med åsiktsannonser avses i 5 kap. 6 § radio- och tv-lagen meddelanden som sänds på uppdrag av någon annan och som syftar till att vinna stöd för politiska eller religiösa åsikter eller åsikter i intressefrågor på arbetsmarknaden.

4.2 Samordning

4.2.1 PTS får samordningsansvar vad gäller leverantörer av förmedlingstjänster

Bedömning: Post- och telestyrelsen ansvarar enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam, i egenskap av samordnare för digitala tjänster enligt EU:s förordning om digitala tjänster, för att säkerställa samordning på nationell nivå när det gäller leverantörer av förmedlingstjänster. Myndigheten ansvarar även för vissa uppgifter i förhållande till samordnare för digitala tjänster i andra medlemsstater i EU. Det bör införas en upplysning om ansvaret i Post- och telestyrelsens instruktion.

Skälen för bedömningen

PTS ska i egenskap av samordnare för digitala tjänster ha ett samordningsansvar

Regeringen har utsett PTS till samordnare för digitala tjänster enligt EU:s förordning om digitala tjänster (Regeringsbeslut den 8 februari 2024, dnr Fi2024/00301). Samordnaren för digitala tjänster ska ansvara för alla frågor som rör tillsynen och kontrollen av efterlevnaden av förordningen i den medlemsstaten, om inte den berörda medlemsstaten har gett andra behöriga myndigheter ansvar för vissa specifika uppgifter eller sektorer. Samordnaren har även en roll när det gäller samarbetet på EU-nivå, exempelvis i samband med gränsöverskridande undersökningar av överträdelser.

Samordnaren för digitala tjänster ska ha ett visst ansvar även inom ramen för tillsynen av efterlevnaden av förordningen om politisk reklam. Detta ansvar är reglerat i artikel 22.3 i förordningen och avser tillsynen av sådana leverantörer av förmedlingstjänster som avses i förordningen om digitala tjänster. Ansvaret avser dels samordning på nationell nivå, dels samordning i förhållande till myndigheter i andra medlemsstater i EU vid gränsöverskridande överträdelser.

Samordning på nationell nivå

När det gäller ansvaret för samordning på nationell nivå anges i artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam enbart att samordnaren för digitala tjänster ska ansvara för att säkerställa sådan samordning när det gäller leverantörer av förmedlingstjänster.

Innebörden av samordningsansvaret utvecklas något i skäl 91 i förordningen. Där anförs att när det gäller tillsyn av onlinebaserade förmedlingstjänster enligt förordningen bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter för detta ändamål och säkerställa att tillsynen är förenlig med den tillsyn som utförs av de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med artikel 49 i förordningen om digitala tjänster. Det sägs även att samordnare av digitala tjänster i varje medlemsstat under alla omständigheter bör ansvara för att säkerställa samordning i dessa frågor på nationell nivå.

Det samordningsansvar som samordnaren för digitala tjänster har enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam får mot bakgrund av skäl 91 förstås så att det åtminstone omfattar samordning av att tillsynen enligt förordningen om politisk reklam är förenlig med den tillsyn som sker enligt förordningen om digitala tjänster. Detta innebär att PTS behöver säkerställa att den tillsyn som utförs av Mediemyndigheten när det gäller efterlevnaden av förordningen om politisk reklam är förenlig med den tillsyn som bedrivs av PTS självt, Konsumentverket och Mediemyndigheten när det gäller efterlevnaden av förordningen om digitala tjänster.

Även Integritetsskyddsmyndigheten ska vara behörig myndighet enligt förordningen om politisk reklam. Med hänsyn till hur artikel 22.3 är formulerad ingår Integritetsskyddsmyndigheten sannolikt inte i kretsen av myndigheter som omfattas av PTS samordningsansvar. I artikel 22.3 talas inledningsvis om ansvarsområdet för de behöriga myndigheter som ska utses. Där nämns endast artiklarna 7–17 och 21, dvs. inte artiklarna 18 och 19 som Integritetsskyddsmyndigheten ska ha tillsynsansvar för. Dessutom nämns i artikel 22.1 att kapitel VII i EU:s dataskyddsförordning ska tillämpas på verksamhet som omfattas av artiklarna 18 och 19. Kapitel VII i dataskyddsförordningen reglerar samarbete och mekanismer för enhetlighet mellan tillsynsmyndigheter i olika medlemsstater. Dock kan det finnas anledning för Integritetsskyddsmyndigheten att ändå samverka med PTS och Mediemyndigheten, bl.a. mot bakgrund av

artikel 22.7 i förordningen om politisk reklam som föreskriver att medlemsstaterna ska säkerställa samarbete och samordning på nationell nivå mellan berörda myndigheter (se även avsnitt 4.2.3).

Det samordningsansvar som PTS ska ha till följd av artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam skulle möjligen kunna uppfattas så att det även omfattar ett ansvar för att samordna själva tillsynen av att leverantörer av förmedlingstjänster följer förordningen om politisk reklam. Eftersom enbart en myndighet, Mediemyndigheten, skulle omfattas av ett sådant samordningsansvar finns det emellertid inte behov av någon sådan samordning.

Samordning i förhållande till andra myndigheter inom EU

När det gäller ansvaret för samordning i förhållande till myndigheter i andra medlemsstater hänvisar artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam till vissa artiklar i förordningen om digitala tjänster. Innebörden är att delar av regelverket vid gränsöverskridande överträdelser enligt den förordningen ska tillämpas även när leverantörer av förmedlingstjänster begår eller misstänks begå överträdelser av förordningen om politisk reklam.

Hänvisningen till artikel 58.1–58.4 i förordningen om digitala tjänster innebär att flertalet av bestämmelserna om gränsöverskridande samarbete blir tillämpliga. Bestämmelserna gör det möjligt för en samordnare för digitala tjänster att vid en gränsöverskridande överträdelse begära att en samordnare i en annan medlemsstat bedömer ärendet och vidtar undersöknings- och efterlevnadsåtgärder. Även den europeiska nämnden för digitala tjänster, som är en oberoende rådgivande grupp av samordnare för digitala tjänster, kan under vissa förutsättningar göra en sådan begäran. Bestämmelserna reglerar även innehållet i begäran och samordnarens hantering av den. PTS kommer i egenskap av samordnare för digitala tjänster att ansvara för att förmedla begäran från svenskt håll och att ta emot begäran dels från den europeiska nämnden för digitala tjänster, dels från samordnare för digitala tjänster i andra medlemsstater.

Hänvisningen till artikel 60.1 i förordningen om digitala tjänster innebär att delar av regelverket för gemensamma undersökningar blir tillämpligt. Bestämmelsen ger en samordnare av digitala tjänster

i etableringslandet¹¹ möjlighet att inleda och leda gemensamma undersökningar av överträdelser, med deltagande av en eller flera andra berörda samordnare för digitala tjänster. Detta kan ske antingen på eget initiativ från samordnaren i etableringslandet eller under vissa förutsättningar på rekommendation från den europeiska nämnden för digitala tjänster.

Förordningen om politisk reklam hänvisar endast till första punkten i artikel 60. Artikeln innehåller i övrigt bland annat bestämmelser om möjlighet för andra samordnare att begära att få delta i en gemensam undersökning samt ett förfarande för att hantera oenighet mellan de deltagande samordnarna, ytterst genom att frågan hänkskjuts till Europeiska kommissionen. Dessa bestämmelser är inte tillämpliga i förhållande till förordningen om politisk reklam.

PTS nationella samordningsansvar bör tillsammans med hänvisningen till artikel 60.1 innebära att myndigheten även behöver vara involverad när det från svenskt håll ska tas initiativ till inledande av gemensamma gränsöverskridande undersökningar när leverantörer av förmedlingstjänster misstänks ha överträtt förordningen om politisk reklam. Detsamma gäller när sådana initiativ kommer från nämnden för digitala tjänster eller från samordnare i andra medlemsstater i EU.

En upplysning om ansvaret bör föras in i förordningen (2007:951) med instruktion för Post- och telestyrelsen.

4.2.2 Mediemyndigheten ska vara nationell kontaktpunkt

Bedömning: Mediemyndigheten bör utses till nationell kontaktpunkt enligt artikel 22.9 i förordningen om politisk reklam. Uppdraget ska regleras i myndighetens instruktion.

Skälen för bedömningen: Enligt artikel 22.9 i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna utse en behörig myndighet som nationell kontaktpunkt. De nationella kontaktpunkterna ska stödja och underlätta ett ändamålsenligt samarbete mellan de nationella

¹¹ Med *samordnaren för digitala tjänster i etableringslandet* avses enligt artikel 3 n samordnaren för digitala tjänster i den medlemsstat där det huvudsakliga etableringsstället för en leverantör av en förmedlingstjänst är beläget eller där leverantörens rättsliga företrädare har sin hemvist eller är etablerad.

behöriga myndigheterna och med andra medlemsstaters nationella kontaktpunkter.

De nationella kontaktpunkterna ska regelbundet sammanträda på unionsnivå i ett nätverk. Nätverket ska fungera som plattform för utbyte av information, bästa praxis och strukturerat samarbete mellan de nationella kontaktpunkterna och kommissionen. Nätverket ska i synnerhet underlätta samarbetet på unionsnivå kring tillämpningen och efterlevnaden av förordningen samt underlätta utarbetandet av riktlinjer för sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Nätverket ska sammanträda minst två gånger om året och vid behov på begäran av kommissionen eller en medlemsstat. Det ska ha ett nära samarbete med det europeiska valsamarbetsnätverket, den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster (Erga) och andra relevanta nätverk eller organ. Kommissionen ska delta i nätverkets sammanträden och tillhandahålla administrativt stöd (artikel 22.8).

Integritetsskyddsmyndigheten och Mediemyndigheten föreslås vara behöriga myndigheter. Huvuddelen av ansvaret som behörig myndighet kommer att ligga på Mediemyndigheten vars ansvar, till skillnad från Integritetsskyddsmyndighetens, kommer att omfatta hela den krets av aktörer som omfattas av skyldigheterna i förordningen. Mediemyndigheten ingår även i Erga. Det är därför mest ändamålsenligt att Mediemyndigheten utses till nationell kontaktpunkt enligt artikel 22.9 i förordningen. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

4.2.3 Övrig samordning

Bedömning: Det bör för närvarande inte vidtas några åtgärder för att åstadkomma samarbete mellan myndigheter med anledning av bestämmelserna i artikel 22.7 och 22.9 första stycket i EU:s förordning om politisk reklam.

Skälen för bedömningen

Krav på samordning enligt förordningen om politisk reklam

Enligt artikel 22.7 i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna säkerställa att det förekommer ändamålsenligt och strukturerat samarbete och effektiv och strukturerad samordning på nationell nivå mellan alla berörda myndigheter som avses i punkterna 1–4 i artikeln, dvs. behöriga myndigheter sinsemellan samt i förhållande till samordnaren för digitala tjänster.

Syftet med samordningen är enligt artikel 22.7 att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av myndigheternas uppgifter och befogenheter inom tillsyn och efterlevnad enligt förordningen, bland annat genom att anmäla upptäckta överträdelse som är relevanta för andra myndigheter, dela med sig av resultat och sakkunskap och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.

Enligt artikel 22.9 första stycket ska en medlemsstat som utser mer än en behörig myndighet säkerställa att myndigheternas respektive befogenheter är tydligt fastställda och att de upprätthåller ett nära och ändamålsenligt samarbete vid fullgörandet av sina uppgifter.

Bestämmelser om samverkan och samarbete i svensk lagstiftning

Svenska myndigheter har en skyldighet att inom sitt verksamhetsområde samverka med andra myndigheter enligt 8 § första stycket förvaltningslagen (2017:900). En myndighet ska enligt 6 § andra stycket myndighetsförordningen (2007:515) verka för att genom samarbete med myndigheter och andra ta till vara de fördelar som kan vinnas för enskilda samt för staten som helhet.

Det bör för närvarande inte vidtas några åtgärder för att åstadkomma samarbete mellan myndigheter

Enligt förslagen i denna promemoria kommer det finnas två behöriga myndigheter, Integritetsskyddsmyndigheten och Mediemyndigheten. Därutöver kommer PTS i egenskap av samordnare för digitala tjänster ha ett visst samordningsansvar enligt förordningen om politisk reklam. Huvuddelen av ansvaret för tillsynen av tillämpningen av förordningen om politisk reklam kommer att ligga på Mediemyndigheten. Med hänsyn till detta och det begränsade antalet inblandade myndigheter får bestämmelserna i förvaltningslagen och myndighetsförordningen anses tillräckliga för att säkerställa samordning och samarbete på nationell nivå när det gäller förordningen om politisk reklam. Det bör i vart fall i ett inledningskede överlämnas till de inblandade myndigheterna att hitta former för samverkan och samarbete. Det bör därför inte föreslås några åtgärder för att åstadkomma samarbete mellan myndigheter med anledning av bestämmelserna i artikel 22.7 och 22.9.

4.3 Mediemyndigheten ska föra register över rättsliga företrädare

Bedömning: Mediemyndigheten bör ges i uppdrag att upprätthålla register över rättsliga företrädare i Sverige enligt artikel 21.4 i EU:s förordning om politisk reklam. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

Skälen för bedömningen: Enligt artikel 21 i förordningen om politisk reklam ska den som tillhandahåller politiska reklamtjänster inom EU, men som inte är etablerad i unionen, utse en rättslig företrädare i en av medlemsstaterna där tjänsterna erbjuds. Den rättsliga företrädaren ska registrera sig hos en behörig myndighet i den medlemsstat där företrädaren är bosatt eller etablerad. Enligt artikel 21.4 ska medlemsstaterna utse en nationell behörig myndighet som ska ansvara för att upprätthålla offentliga register online över alla sådana rättsliga företrädare som är registrerade på medlemsstatens territorium.

Mediemyndigheten och Integritetsskyddsmyndigheten kommer vara behöriga myndigheter enligt förordningen om politisk reklam.

Mediemyndighetens ansvar kommer emellertid att omfatta hela den krets av aktörer som omfattas av skyldigheterna i förordningen medan Integritetsskyddsmyndighetens ansvar kommer att vara avgränsat till aktörer som använder inriktningsteknik eller annonsleveransteknik. Det är därför mest ändamålsenligt att Mediemyndigheten även får ansvara för registreringen av rättsliga företrädare enligt artikel 21.4. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

4.4 Mediemyndigheten ska årligen rapportera till kommissionen

Bedömning: Mediemyndigheten bör ges i uppdrag att lämna de uppgifter som krävs för att Sverige ska uppfylla sina skyldigheter enligt artikel 25.8 i EU:s förordning om politisk reklam. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

Skälen för bedömningen: Enligt artikel 25.8 i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna årligen rapportera till kommissionen om de sanktioner som fastställts för att verkställa bestämmelserna i förordningen, särskilt vilken typ av sanktioner som tillämpats och de administrativa sanktionsavgifternas och de ekonomiska sanktionernas storlek. Kommissionen ska beakta denna information när den utarbetar den rapport som krävs enligt artikel 27 i förordningen. Av den artikeln framgår att kommissionen senast två år efter varje val till Europaparlamentet ska lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om utvärderingen och översynen av förordningen. Rapporten ska offentliggöras och innehålla en bedömning av behovet av att ändra förordningen. Bedömningen ska i synnerhet avse vissa frågor, till exempel tillsyns- och efterlevnadsstrukturens ändamålsenlighet samt typen av och storleken på de sanktioner som medlemsstaterna fastställer.

Ansvaret för rapporteringen till kommissionen ligger enligt förordningen på medlemsstaterna, inte de behöriga myndigheterna. Innehållet i rapporterna är av den karaktären att ansvaret bör ges till en förvaltningsmyndighet. Mediemyndigheten föreslås i denna promemoria ha ansvar för huvuddelen av tillsynen. Myndigheten föreslås även bli nationell kontaktpunkt och kommer i denna egenskap att ha många kontakter på EU-nivå i frågor som rör förordningen.

Det är därför mest ändamålsenligt att myndigheten även ansvarar för rapporteringen till kommissionen enligt artikel 25.8. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

Integritetsskyddsmyndigheten kommer utöva tillsyn när det gäller artiklarna 18 och 19 i förordningen och inom ramen för den besluta om sanktioner. Mediemyndigheten kommer därmed behöva underlag från Integritetsskyddsmyndigheten för sin rapportering till kommissionen. Mediemyndigheten bör kunna inhämta de uppgifter som behövs med stöd av de allmänna bestämmelserna om samverkan och samarbete i förvaltningslagen och myndighetsförordningen.

4.5 Valmyndigheten ska ansvara för uppgifterna enligt artikel 26

Bedömning: Valmyndigheten bör ges i uppdrag att fullgöra de uppgifter som avses i artikel 26 i EU:s förordning om politisk reklam. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

Skälen för bedömningen

Medlemsstaternas ansvar enligt artikel 26

Enligt artikel 26.1 i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna offentliggöra datumerna för sina val och folkomröstningar och, om tillämpligt, för sina valperioder på en lättillgänglig plats och med lämplig hänvisning till förordningen. Uppgifterna ska omfatta val på alla nivåer nationellt men även val på EU-nivå.

När det gäller uttrycket ”valperioder” synes ordet inte ha samma innebörd i förordningen om politisk reklam som i regeringsformen och vallagen (2005:837). I de författningarna syftar ordet på tidsperioden mellan två val. Ordet ”valperiod” avser i förordningen om politisk reklam snarare den tidsperiod under vilken röstning är möjlig (jfr t.ex. skäl 7). När det gäller val i Sverige påbörjas röstningen tidigast 45 dagar innan valet, vilket är den tidigaste dagen som brevröster får göras i ordning. Röstning på röstmottagningsställen, s.k. förtidsröstning, påbörjas i vissa fall tidigast 24 dagar före valdagen (vid utlandsmyndigheter) och i andra fall tidigast

18 dagar före valdagen (i röstningslokaler som en kommun har anordnat).

De uppgifter som medlemsstaterna ska offentliggöra enligt artikel 26.1 ska, enligt artikel 26.2, även anges i en offentlig portal som ska tillhandahållas av kommissionen.

Syftet med bestämmelserna i artikel 26 är enligt skäl 107 att underlätta för tillhandahållare av tjänster och andra berörda enheter att följa bestämmelserna i förordningen. Tidpunkterna för val och folkomröstningar torde bl.a. vara relevanta för tillämpningen av artikel 5.2 som begränsar till vem det är möjligt att tillhandahålla politiska reklamtjänster i samband med val och folkomröstningar. Andra bestämmelser där tidpunkterna är relevanta är artiklarna 8.1 d och 25.5.

Valmyndigheten bör ansvara för att fullgöra de uppgifter som avses i artikel 26

Ansvar för medlemsstaternas skyldigheter enligt artikel 26 i förordningen om politisk reklam bör för Sveriges del ges till en nationell myndighet. Den lämpligaste ordningen torde vara att om möjligt samla ansvaret hos en och samma myndighet. Därmed är det inte lämpligt att fördela ansvaret inom valadministrationen, dvs. på kommuner, regioner eller länsstyrelser. Valmyndigheten är i egenskap av central valmyndighet mest lämplig då den har tillgång till eller möjlighet att skaffa sig det underlag som behövs (jfr avsnitt 5.4). Valmyndigheten bör därför ges i uppdrag att fullgöra de uppgifter som avses i artikel 26 i förordningen om politisk reklam. Uppdraget bör regleras i myndighetens instruktion.

5 Myndigheternas befogenheter

I artikel 22 i EU:s förordning om politisk reklam finns bestämmelser om de behöriga myndigheternas befogenheter.

Befogenheter när det gäller efterlevnaden av artiklarna 18 och 19 finns i artikel 22.1 som i sin tur hänvisar till EU:s dataskyddsförordning. Integritetsskyddsmyndigheten kommer att bli behörig myndighet i denna del (se avsnitt 4.1.1).

I artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam finns befogenheter när det gäller tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster enligt EU:s förordning om digitala tjänster.

Artikel 22.4 i förordningen om politisk reklam avser behöriga myndigheter när det gäller tillämpningen och efterlevnaden av de aspekter av förordningen som inte avses i artikel 22.1 och 22.3. Befogenheterna regleras i artikel 22.5.

Mediemyndigheten föreslås bli behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 (se avsnitt 4.1.2).

5.1 Befogenheter vid tillsyn av efterlevnaden av artiklarna 18 och 19

Bedömning: Det behövs inte några kompletterande bestämmelser om befogenheter vid tillsynen av tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam.

Skälen för bedömningen: Enligt artikel 22.1 i förordningen om politisk reklam ska artikel 58 i EU:s dataskyddsförordning gälla i tillämpliga delar vid övervakningen av tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam. Artikel 58 i dataskyddsförordningen är direkt tillämplig och innehåller bestämmelser om befogenheter.

De personuppgiftsansvarigas skyldigheter enligt artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam kompletterar EU:s dataskyddsregelverk, bl.a. EU:s dataskyddsförordning (jfr skäl 113 i förordningen om politisk reklam). Skyldigheterna kan inte anses vara av sådan karaktär att tillsynsmyndigheten behöver andra befogenheter än de som myndigheten har vid tillsyn enligt dataskyddsförordningen. Bedömningen av om det behövs kompletterande bestämmelser i fråga om tillsynen av efterlevnaden av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam bör därför utgå från de bedömningar som gjorts av behovet av kompletterande bestämmelser när det gäller lagen (2018:218) med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning, dataskyddslagen.

De tre första punkterna i artikel 58 i EU:s dataskyddsförordning reglerar vilka befogenheter tillsynsmyndigheten ska ha. I första punkten anges vilka utredningsbefogenheter tillsynsmyndigheten ska ha. Till exempel ska myndigheten kunna beordra den personuppgiftsansvarige, personuppgiftsbiträdet och, i tillämpliga fall, deras företrädare att lämna all information som myndigheten behöver för att kunna fullgöra sina uppgifter. I andra punkten anges vilka korrigerande befogenheter myndigheten ska ha, däribland att utfärda varningar och påföra sanktionsavgifter. I tredje punkten anges myndighetens befogenheter att utfärda tillstånd och att ge råd. Bestämmelserna har inte föranlett några kompletterande bestämmelser i dataskyddslagen annat än beträffande förfarandebestämmelser i fråga om sanktionsavgifter och överklagande av tillsynsmyndighetens beslut. Det kan noteras att artikel 83.5 e och 83.6 ger möjlighet för tillsynsmyndigheten att besluta om sanktionsavgifter för bl.a. underlåtenhet att ge tillgång till upplysningar enligt artikel 58.1 och underlåtenhet att rätta sig efter ett föreläggande enligt artikel 58.2. Dessa bestämmelser kommer bli tillämpliga även vid tillsyn av efterlevnaden av förordningen om politisk reklam.

Det behövs sammanfattningsvis inte några kompletterande bestämmelser i fråga om befogenheterna enligt artikel 58.1, 58.2 eller 58.3 i dataskyddsförordningen vid tillsyn av tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam.

Enligt artikel 58.4 i dataskyddsförordningen ska de befogenheter som tillsynsmyndigheten tilldelas enligt artikel 83 omfattas av lämpliga skyddsåtgärder, inbegripet effektiva rättsmedel och rättssäkerhet, som fastställs i unionsrätten och i medlemsstaternas nationella

rätt i enlighet med EU:s stadga om de grundläggande rättigheterna (EU:s rättighetsstadga). Bestämmelsen kräver kompletterande nationell reglering i fråga om förfarandet vid beslut om sanktionsavgifter och om överklagande. Frågan om utformningen av en sådan reglering behandlas i avsnitt 7.

Enligt artikel 58.5 i dataskyddsförordningen ska tillsynsmyndigheten ha befogenhet att bl.a. inleda eller på övrigt vis delta i rättsliga förfaranden, för att verkställa bestämmelserna i dataskyddsförordningen. I svensk rätt finns det ingen möjlighet för tillsynsmyndigheter att initiera en domstolsprövning i syfte att skapa förutsättningar för ett klagande från EU-domstolen. I förarbetena till dataskyddslagen bedömde regeringen att det för närvarande inte fanns tillräckliga skäl att införa en sådan bestämmelse i svensk rätt (prop. 2017/18:105 s. 160). Någon kompletterande bestämmelse till artikel 58.5 i dataskyddsförordningen bör därför inte införas i förhållande till förordningen om politisk reklam.

Slutligen får enligt artikel 58.6 i dataskyddsförordningen varje medlemsstat i lagstiftning föreskriva att dess tillsynsmyndighet ska ha ytterligare befogenheter utöver dem som avses i punkterna 1, 2 och 3. Sverige har inte hittills utnyttjat denna möjlighet. Möjligheten bör inte heller utnyttjas i förhållande till förordningen om politisk reklam.

Sammanfattningsvis behövs det inte några kompletterande bestämmelser om befogenheter vid tillsynen av tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam.

5.2 Befogenheter vid övrig tillsyn av efterlevnaden av förordningen

5.2.1 Befogenheterna bör regleras i kompletteringslagen

Bedömning: Det bör i kompletteringslagen införas bestämmelser om befogenheter för den behöriga myndigheten enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam.

Skälen för bedömningen: I artikel 22.3 och 22.5 i förordningen om politisk reklam regleras vilka befogenheter de behöriga myndigheterna ska ha vid tillsyn av efterlevnaden av förordningen i de fall som inte avser överträdelse av artikel 18 eller 19. Det görs en

åtskillnad mellan tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster enligt EU:s förordning om digitala tjänster och tillsynen i övrigt.

Vid tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam ska artikel 51 i EU:s förordning om digitala tjänster gälla i tillämpliga delar för myndigheternas befogenheter. Artikel 51 i EU:s förordning om digitala tjänster innehåller bestämmelser om befogenheter. Lagstiftaren behöver således bedöma vilka av dessa bestämmelser som kräver komplettering i nationell rätt och är tillämpliga vid tillsyn enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam.

Vid tillsyn i övriga fall finns i stället en särskild bestämmelse om myndigheternas befogenheter i artikel 22.5 i förordningen om politisk reklam. Bestämmelserna om befogenheter är i stora delar likartade även om det finns vissa skillnader.

Regleringen av befogenheter behöver kompletteras. Det är lämpligt att bestämmelserna samlas i kompletteringslagen.

Utöver de särskilda bestämmelserna om befogenheter i kompletteringslagen kommer vissa andra regler bli tillämpliga. Detta gäller förvaltningslagen (2017:900), inklusive 5 § tredje stycket i lagen. Enligt den bestämmelsen får en myndighet ingripa i ett enskilt intresse endast om åtgärden kan antas leda till det avsedda resultatet. Åtgärden får dessutom aldrig vara mer långtgående än vad som behövs och får vidtas endast om det avsedda resultatet står i rimligt förhållande till de olägenheter som kan antas uppstå för den som åtgärden riktas mot.

Därutöver behöver skäl 50 i förordningen om politisk reklam beaktas. Enligt skälet bör förordningen inte medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner eller regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar. Förordningen om politisk reklam ger därför utrymme för tillsynsmyndigheterna att utöva sina befogenheter på ett sätt som inte strider mot sådana grundläggande principer som regleras i tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen (mediegrundlagarna), exempelvis förbuden mot censur och andra hindrande åtgärder. På grund av detta och att

kompletteringslagen med hänsyn till normhierarkin är underordnad mediegrundlagarna ska sådana tryck- och yttrandefrihetsrättsliga principer beaktas av den behöriga myndigheten utan att det införs särskilda bestämmelser i kompletteringslagen.

5.2.2 Begäran om information

Förslag: I bestämmelserna om den behöriga myndighetens befogenheter i kompletteringslagen ska det finnas en upplysning om att det finns befogenheter som följer av artikel 51.1 a och c i EU:s förordning om digitala tjänster och artikel 22.5 a i EU:s förordning om politisk reklam.

Skälen för förslaget: Det finns bestämmelser om behöriga myndigheters befogenheter att begära information och liknande i artikel 16 och 22.5 a i förordningen om politisk reklam samt, genom hänvisning i artikel 22.3 i samma förordning, i artikel 51.1 a och c i förordningen om digitala tjänster.

Enligt artikel 25.5 a i förordningen om politisk reklam ska behöriga myndigheter ha befogenhet att begära tillgång till uppgifter, handlingar eller nödvändig information, särskilt från sponsorn eller de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster. Uppgifterna, handlingarna och informationen ska enligt bestämmelsen de behöriga myndigheterna enbart använda för att övervaka och bedöma efterlevnaden av förordningen, i enlighet med relevant lagstiftning om skydd av personuppgifter och skydd av konfidentiell information.

En liknande bestämmelse finns i artikel 51.1 a i förordningen om digitala tjänster. Bestämmelsen bör i enlighet med artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam vara tillämplig vid tillsyn enligt den förordningen av leverantörer av förmedlingstjänster. Genom artikel 51.1 a i förordningen om politisk reklam ges den behöriga myndigheten befogenhet att ålägga dessa leverantörer och vissa andra aktörer som rimligen kan ha kännedom om information om en misstänkt överträdelse av förordningen att tillhandahålla denna information utan onödigt dröjsmål. Utöver leverantörer av förmedlingstjänster omfattar befogenheten andra personer som agerar för ändamål som rör deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet, och som rimligen kan ha kännedom om information om

en misstänkt överträdelse. I den kretsen av aktörer ingår enligt artikeln även organisationer som utför sådana revisioner som avses i artiklarna 37 och 75.2 i förordningen om digitala tjänster.

Därutöver finns i artikel 51.1 c i förordningen om digitala tjänster en bestämmelse som inte har någon direkt motsvarighet i förordningen om politisk reklam. Bestämmelsen bör i enlighet med artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam vara tillämplig vid tillsyn enligt den förordningen av leverantörer av förmedlingstjänster. Enligt bestämmelsen ska de behöriga myndigheterna ha befogenhet att be varje anställd eller företrädare för leverantörer av förmedlingstjänster som omfattas av deras behörighet att förklara all information som rör en misstänkt överträdelse. Detsamma gäller varje anställd eller företrädare för sådana andra aktörer som anges i artikel 51.1 a i förordningen om digitala tjänster. Myndigheterna ska i dessa situationer ha befogenhet att med alla tekniska medel spela in eller nedteckna svaren med de tillfrågade personernas samtycke.

Slutligen finns det även särskilda bestämmelser i artikel 16 i förordningen om politisk reklam som ger behöriga myndigheter befogenhet att begära att tillhandahållare av politisk reklam överför information till dem. Till skillnad från artikel 22.5 i samma förordning är den bestämmelsen avgränsad till information som är nödvändig för att kontrollera efterlevnaden av vissa utpekade artiklar i förordningen. Artikel 16 har beskrivits närmare i avsnitt 2.1.4. Artikeln bör vara tillämplig även i förhållande till leverantörer av förmedlingstjänster.

Artiklarna 16 och 22.5 a i förordningen om politisk reklam samt 51.1 a och c i förordningen om digitala tjänster är direkt tillämpliga och kräver inte några kompletterande bestämmelser. I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) föreslås att det ska finnas en upplysning om de sistnämnda artiklarna i lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster. För att kompletteringslagen ska ge en helhetsbild i fråga om de befogenheter som den behöriga myndigheten förfogar över bör det även införas en sådan upplysning i lagen med kompletterande bestämmelser till förordningen om politisk reklam. Upplysningen bör även omfatta 25.5 a i samma förordning.

En begäran om information skulle kunna träffa information som omfattas av källskyddet. Frågan om mediers rätt att skydda sina källor behandlas i avsnitt 5.2.4 och 5.2.8.

5.2.3 Frivilliga åtaganden

Förslag: I bestämmelsen om befogenheter i förhållande till leverantörer av förmedlingstjänster i kompletteringslagen ska det finnas en upplysning om att det finns en befogenhet som följer av artikel 51.2 första stycket a i förordningen om digitala tjänster.

Den behöriga myndigheten ska få ändra eller återkalla ett beslut som innebär att ett åtagande godkänns och gjorts bindande i enlighet med artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam och 51.2 första stycket a i EU:s förordning om digitala tjänster, om

1. sakförhållandena som låg till grund för beslutet har ändrats,
2. den som beslutet avser agerar i strid med sitt åtagande, eller
3. beslutet grundade sig på ofullständig, oriktig eller vilseledande information som tillhandahållits av leverantören eller vissa andra i förordningen angivna kategorier av fysiska eller juridiska personer.

Skälen för förslaget: Enligt artikel 51.2 a i förordningen om digitala tjänster ska behöriga myndigheter ha befogenhet att godkänna åtaganden från leverantörer av förmedlingstjänster när det gäller deras efterlevnad av förordningen och att göra åtagandena bindande. Det innebär att en behörig myndighet accepterar en leverantörs eget förslag om hur denne ska agera för att efterleva förordningen i ett enskilt fall och därigenom gör myndigheten förslaget rättsligt bindande. Bestämmelsen är direkt tillämplig och ger behörig myndighet den aktuella befogenheten.

Bestämmelsen om att göra åtaganden bindande torde syfta till att göra det möjligt för leverantörer av förmedlingstjänster att förtydliga sina skyldigheter enligt förordningen om digitala tjänster. Det kan inte uteslutas att det kommer finnas ett behov för leverantörerna att göra bindande åtaganden i fråga om förordningen om politisk reklam. Detta bör exempelvis kunna avse skyldigheten att säkerställa att avtalsarrangemang möjliggör efterlevnaden av förordningen (artikel 6.2) eller att inrätta mekanismer för anmälningar av med-

delanden som inte är förenliga med förordningen (artikel 15). Artikel 51.2 a i förordningen om digitala tjänster får således anses tillämplig enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam. En upplysning om befogenheten bör tas in i kompletteringslagen så att lagen ger en helhetsbild i fråga om den behöriga myndighetens befogenheter.

I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) föreslås en bestämmelse i 3 kap. 15 § lagen med kompletterande bestämmelser till den förordningen som gör det möjligt för en tillsynsmyndighet att ändra eller återkalla ett beslut om att göra ett åtagande bindande. Regeringen konstaterar i propositionen att åtaganden skulle riskera att bli meningslösa om en sådan möjlighet inte fanns (samma prop. s. 64). En sådan bestämmelse bör av samma skäl införas även i lagen med kompletterande bestämmelser till förordningen om politisk reklam. För att tillämpningen ska bli enhetlig bör bestämmelsen utformas på samma sätt som i den föreslagna 3 kap. 15 § lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster.

5.2.4 Inspektion

Förslag: Den behöriga myndigheten ska få utföra inspektioner i enlighet med artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster och artikel 22.5 h i EU:s förordning om politisk reklam.

Den behöriga myndigheten ska om det behövs för myndighetens tillsyn enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam få förelägga personer som omfattas av artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster att hålla lokaler tillgängliga för inspektion. Detsamma ska gälla vid myndighetens tillsyn enligt artikel 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam i fråga om personer som omfattas av artikel 22.5 h i samma förordning. Ett föreläggande om att hålla lokaler tillgängliga ska få förenas med vite.

I samband med inspektionen ska den behöriga myndigheten få ta del av de handlingar som behövs för tillsynen.

Skälen för förslaget

Bestämmelserna om inspektioner i förordningen om politisk reklam

Enligt artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster ska behörig myndighet ha befogenhet att utföra, eller begära att en rättslig myndighet i den behöriga myndighetens medlemsstat beordrar, inspektioner av lokaler som används av leverantörer av förmedlingstjänster för syften relaterade till deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet, eller att begära att andra offentliga myndigheter gör detta, för att granska, beslagta, kopiera eller utverka kopior av uppgifter som rör en misstänkt överträdelse i någon form, oavsett lagringsmedium. Inspektioner får även genomföras av sådana lokaler som används av andra personer som agerar för ändamål som rör deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet och som rimligen kan ha kännedom om information om en misstänkt överträdelse av förordningen, inklusive organisationer som utför sådana revisioner som avses i artiklarna 37 och 75.2,

Artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster får anses vara tillämplig enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam vid tillsyn av att leverantörer av förmedlingstjänster efterlever den förordningen. En i princip likalydande bestämmelse om inspektioner finns i artikel 22.5 h när det gäller tillsyn enligt artikel 22.4, dvs. tillsyn som rör andra aspekter av förordningen än sådana som avses i artikel 22.1 och 22.3. Bestämmelsen i artikel 22.5 h gäller dock endast sådana lokaler som används av tillhandahållare av politiska reklamtjänster, dvs. den omfattar inte lokaler som tillhör andra personer.

Det behövs kompletterande bestämmelser i nationell rätt såväl när det gäller genomförandet av inspektionerna som vilken myndighet som ska besluta om dem.

Kompletterande bestämmelser om genomförande av inspektioner

En fråga är vad befogenheten att utföra inspektion innebär. I de aktuella artiklarna anges att syftet med inspektionerna ska vara att granska, beslagta, kopiera eller utverka kopior av uppgifter som rör en misstänkt överträdelse i någon form, oavsett lagringsmedium (i artikel 22.5 h nämns även ”utdrag av uppgifter”). Syftet med inspek-

tionerna torde vara att den behöriga myndigheten ska skaffa sig underlag i utredningen av en misstänkt överträdelse av förordningen.

Uttryck som ”beslagta” skulle kunna leda tankarna till ett förfarande motsvarande en husrannsakan. Begreppet har emellertid sin självständiga unionsrättsliga innebörd (jfr prop. 2019/20:120 s. 54). Det bör därmed inte nödvändigtvis innebära att myndigheterna ges befogenhet att tvångsvis bereda sig tillgång till lokalerna.

I artikel 9.3 c i EU:s konsumentskyddsförordning¹² finns bestämmelser om inspektioner i syfte att bl.a. ”beslagta information, data eller handlingar”. Kompletterande bestämmelser finns i 44 och 45 §§ marknadsföringslagen (2008:486). Konsumentombudsmannen får med stöd av bestämmelserna förelägga en näringsidkare, med eller utan vite, att hålla de lokaler eller motsvarande utrymmen där näringsverksamheten utövas tillgängliga för inspektion. I samband med inspektionen får Konsumentombudsmannen ta del av de handlingar som behövs för tillsynen och begära nödvändiga upplysningar på platsen. I befogenheten att ta del av handlingar ingår enligt förarbetena en rätt att undersöka handlingen – oberoende av lagringsmedium – eller att få en kopia av den (samma prop. s. 54). I det aktuella lagstiftningsärendet konstaterade regeringen med hänvisning till rättsfallet NJA 2018 s. 936 att Konsumentombudsmannen m.fl. utpekade behöriga myndigheter inte på egen hand tvångsvis kunde få tillgång till en handling eller tillträde till näringsidkarens lokaler. Regeringen bedömde emellertid att det inte fanns ett behov av att ge de aktuella myndigheterna möjlighet att begära biträde av Polismyndigheten eller Kronofogdemyndigheten (samma prop. s. 57 och 58).

En reglering motsvarande den i marknadsföringslagen får anses tillräcklig för att ge förordningen om politisk reklam ett effektivt genomslag. Bestämmelserna i 44 och 45 §§ marknadsföringslagen bör därför utgöra förebild vid utformningen av bestämmelserna om inspektioner i kompletteringslagen. Således bör det vara möjligt att förelägga personer att hålla lokaler tillgängliga för inspektion. De personer och lokaler som sådana förelägganden bör kunna avse är, vid tillsyn med stöd av artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam, personer och lokaler som avses i artikel 51.1 b i EU:s

¹² Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004.

förordning om digitala tjänster. Vid tillsyn enligt artikel 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam bör motsvarande gälla i fråga om personer och lokaler som omfattas av artikel 22.5 h i samma förordning. Dessutom bör ett föreläggande om att hålla lokaler tillgängliga kunna förenas med vite. Därtill bör i samband med inspektionen den behöriga myndigheten ha befogenhet att ta del av de handlingar som behövs för tillsynen. Med ”handling” bör avses detsamma som i tryckfrihetsförordningen, dvs. en framställning i skrift eller bild samt en upptagning som endast med tekniska hjälpmedel kan läsas eller avlyssnas eller uppfattas på annat sätt.

Att en inspektion ska vara förenlig med proportionalitetsprincipen följer redan av 5 § tredje stycket förvaltningslagen och behöver inte regleras särskilt.

Den behöriga myndigheten bör på egen hand få besluta om inspektioner

Bestämmelserna om inspektioner i förordningen om politisk reklam ger medlemsstaterna ett val. Den behöriga myndigheten kan ges befogenhet att själv besluta om att utföra inspektion men medlemsstaterna kan även välja att låta en rättslig myndighet (domstol) besluta om detta på ansökan av den behöriga myndigheten. Den reglering som nu föreslås är utformad med förebild i marknadsföringslagen och innebär att den behöriga myndigheten ska kunna förelägga personer att hålla lokaler tillgängliga för inspektion. Enligt marknadsföringslagens reglering av motsvarande befogenhet fattas sådana beslut av myndigheten. Detta kan jämföras med det krav på tillstånd från domstol som finns i den kompletterande lagen till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160 s. 44–53). Den senare lagen ger, till skillnad från nuvarande förslag, även myndigheterna möjlighet att med hjälp av Kronofogdemyndigheten tvångsvis bereda sig tillgång till lokaler. Beslut om inspektion får enligt den lagen därtill meddelas utan att den som ansökan avser fått tillfälle att yttra sig och gäller omedelbart om inte domstolen beslutar något annat. Sådana regler föreslås inte i denna promemoria. Den befogenhet som nu föreslås är alltså mindre ingripande. I linje med marknadsföringslagens reglering bör det inte krävas att domstol beslutar om föreläggande, med eller utan vite, om att hålla lokaler tillgängliga för inspektion. Det bör ur rättssäkerhetssynpunkt vara

tillräckligt att myndighetens beslut om sådana förelägganden kan överklagas till domstol.

Inspektioner på redaktioner

En fråga är om det krävs någon reglering i kompletteringslagen när det gäller inspektioner på redaktioner.

Till att börja med kan konstateras att det inom EU-rätten finns ett skydd för mediernas frihet (artikel 11.2 i EU:s rättighetsstadga). Därtill bör förordningen om politisk reklam enligt skäl 50 inte medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet. Mot denna bakgrund bör det finnas utrymme att beakta nationella regler om t.ex. källskydd.

Högsta domstolen har i rättsfallet NJA 2015 s. 631 uttalat att husrannsakan för att genom beslag komma åt viss information som finns på en elektronisk informationsbärare hos en tidningsredaktion i allmänhet är utesluten. Det finns enligt domstolen en närmast notorisk risk att annan information än den eftersökta påträffas vid en husrannsakan på en tidningsredaktion. Det handlar om risken att påträffa sådan sidoinformation som omfattas av källskydd och därmed av beslagsförbudet enligt 27 kap. 2 § 1 rättegångsbalken. Endast om det i det enskilda fallet är möjligt att mycket tydligt och snävt begränsa en genomsökning av informationsbäraren, och därmed minimera risken för att skyddad information röjs, kan en sådan husrannsakan på en tidningsredaktion vara förenlig med proportionalitetsprincipen.

Det Högsta domstolen uttalar om tillämpningen av proportionalitetsprincipen vid beslut om husrannsakan enligt rättegångsbalken (28 kap. 3 a §) är relevant även vid utövandet av befogenheter enligt kompletteringslagen. Det bör därmed i princip aldrig vara aktuellt att genomföra en inspektion på en redaktion (jfr prop. 2016/17:22 s. 156 och 157 samt prop. 2023/24:160 s. 47 och 48). Några särskilda bestämmelser om detta är därför inte heller nödvändiga.

5.2.5 Föreläggande med anledning av bristande efterlevnad av förordningen

Förslag: Den behöriga myndigheten ska få beordra att överträdelse upphör och besluta om avhjälpan åtgärder i enlighet med artikel 51.2 första stycket b i EU:s förordning om digitala tjänster samt få besluta om avhjälpan åtgärder i enlighet med artikel 22.5 f i EU:s förordning om politisk reklam.

I bestämmelsen om befogenheter ska det även finnas en upplysning om att det finns befogenheter som följer av artikel 22.5 b, c och g i EU:s förordning om politisk reklam.

Skälen för förslaget: I artikel 51.2 första stycket b i EU:s förordning om digitala tjänster anges att behörig myndighet ska ha befogenhet att beordra att överträdelse upphör och, när så är lämpligt, att föreskriva avhjälpan åtgärder som står i proportion till överträdelsen och som är nödvändiga för att få överträdelsen att faktiskt upphöra, eller begära att en rättslig myndighet gör detta. Förordningen lämnar i detta fall alltså öppet för medlemsstaterna att bestämma om en tillsynsmyndighet ska kunna fatta sådana beslut eller om den ska vända sig till domstol för att den ska fatta ett sådant beslut. Artikel 51.2 första stycket b bör i enlighet med artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam vara tillämplig vid tillsyn enligt den förordningen av leverantörer av förmedlingstjänster.

I artikel 22.5 i förordningen om politisk reklam finns motsvarande bestämmelser i punkten c (beordrande att upphöra med överträdelse) och f (föreskrivande av avhjälpan åtgärder), med den skillnaden att tillsynsmyndigheten själv ska ha befogenheten enligt punkt c. Det är endast i fråga om befogenheten enligt punkt f som det behövs kompletterande bestämmelser som reglerar om tillsynsmyndigheten ska fatta beslutet själv eller vända sig till domstol för beslut.

I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) föreslås att tillsynsmyndigheten ska ha befogenhet att besluta om förelägganden enligt artikel 51.2 första stycket b i förordningen om digitala tjänster, utan att behöva vända sig till domstol. Av propositionen framgår att en sådan ordning valts av bl.a. effektivitetsskäl (s. 64–65). Motsvarande ordning bör av samma skäl, samt för att tillsynen ska bli enhetlig, gälla vid tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster enligt

artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam. Detsamma bör även gälla förelägganden enligt artikel 22.5 f i förordningen om politisk reklam vid tillsyn enligt artikel 22.4 i samma förordning. Den behöriga myndigheten ska alltså kunna besluta om de nu aktuella föreläggandena utan att behöva vända sig till domstol. Därutöver bör en upplysning om myndighetens befogenhet enligt artikel 22.5 c införas i kompletteringslagen.

Slutligen finns det även två punkter i artikel 22.5 i förordningen om politisk reklam som saknar motsvarighet i förordningen om digitala tjänster. I punkt b finns en bestämmelse som ger tillsynsmyndigheten befogenhet att utfärda varningar till tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller bristande fullgörande av skyldigheterna enligt förordningen. I punkt g finns en befogenhet att publicera ett uttalande som identifierar den eller de juridiska och fysiska personer som är ansvariga för överträdelsen av en skyldighet som fastställs i förordningen och överträdelsens karaktär. Ingen av dessa punkter kräver några kompletterande nationella bestämmelser. För att kompletteringslagen ska ge en helhetsbild i fråga om de befogenheter som den behöriga myndigheten förfogar över bör det dock införas en upplysning om dessa befogenheter.

5.2.6 Beslut om sanktionsavgift

Förslag: Den behöriga myndigheten ska vid tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam få ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 51.2 första stycket c i EU:s förordning om digitala tjänster och kompletteringslagen. Myndigheten ska även få ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 22.5 d i EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen.

Skälen för förslaget: Det följer av artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam och artikel 51.2 första stycket c i EU:s förordning om digitala tjänster att den behöriga myndigheten ska ha befogenhet att ålägga böter, eller begära att en rättslig myndighet gör detta, för bristande efterlevnad av EU:s förordning om politisk reklam. Uttrycket ”böter” har när det gäller överträdelser av EU:s förordning om digitala tjänster bedömts avse sanktionsavgift i stället för den i ett svenskt sammanhang straffrättsliga sanktionen böter

(prop. 2023/24:160 s. 74). Artikeln bör tolkas på motsvarande sätt när det gäller tillsyn av att leverantörer av förmedlingstjänster följer förordningen om politisk reklam.

När det gäller tillsyn i övrigt enligt artikel 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam ska den behöriga myndigheten enligt artikel 22.5 d fastställa eller begära att en rättslig myndighet utdömer böter eller ekonomiska sanktioner eller andra ekonomiska åtgärder, beroende på vad som är tillämpligt.

I avsnitt 6.2.1 förslås att överträdelser av vissa artiklar i EU:s förordning om politisk reklam ska kunna leda till beslut om sanktionsavgift. Med hänsyn till detta och mot bakgrund av de båda artiklarna ovan bör det finnas en befogenhet för den behöriga myndigheten när det gäller sanktionsavgifter. Artiklarna ger medlemsstaterna en valmöjlighet – antingen får den behöriga myndigheten själv besluta om sanktionsavgiften eller begära ett sådant beslut hos rättslig myndighet, dvs. domstol. Båda alternativen förekommer. Generellt sett anses en tillsynsmyndighet lämpad att besluta om sanktionsavgift när reglerna är relativt enkla att tillämpa, beslutsfattandet är förhållandevis schabloniserat och sanktionsbestämmelserna bygger på strikt ansvar. En domstol brukar anses mer lämpad att besluta om sanktionsavgift om det är aktuellt att pröva framför allt subjektiva rekvisit eller andra svårbedömda rekvisit (se t.ex. prop. 2017/18:232 s. 332). I kapitel 6 föreslås ett sanktionsavgiftssystem som bygger på strikt ansvar. Det får även i övrigt anses att lämpligt att den behöriga myndigheten beslutar om sanktionsavgifterna. Myndigheten bör med hänsyn till detta ges befogenhet att själv besluta om sanktionsavgift. Beslutet bör dock få överklagas till allmän förvaltningsdomstol (se kapitel 10). På så sätt tillgodoses rättssäkerhetsaspekterna för den som åläggs sanktionsavgift och på sikt kommer det att kunna bildas domstolspraxis till vägledning för myndighetens beslut.

5.2.7 Viten

Förslag: Den behöriga myndigheten ska vid tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam få förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 51.2 första stycket d i EU:s förordning om digitala tjänster och kompletteringslagen. Myndigheten ska även få förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 22.5 e i EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen.

Ett vite ska inte per dag få överstiga fem procent av den genomsnittliga globala dagsomsättningen eller dagsinkomsten för den som föreläggandet avser. Omsättningen eller inkomsten ska avse det föregående räkenskapsåret.

Skälen för förslaget

Vitesförelägganden vid tillsyn enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam

Vid tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam ska det finnas möjlighet att besluta om vitesförelägganden. Enligt artikel 51.2 första stycket d i EU:s förordning om digitala tjänster ska behöriga myndigheter ha befogenhet att förelägga en leverantör av en förmedlingstjänst vite eller begära att en rättslig myndighet gör det. Sådana viten kan avse säkerställandet av att en överträdelse upphör i enlighet med ett föreläggande enligt artikel 51.2 b. Vitena kan även avse bristande efterlevnad av undersökningsförelägganden, exempelvis om att en leverantör ska lämna information, som utfärdats enligt artikel 51.1.

Av artikel 51.2 andra stycket framgår att vite kan åläggas även andra personer som agerar för ändamål som rör en leverantörs handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet och som rimligen kan ha kännedom om information om en misstänkt överträdelse av förordningen, inklusive organisationer som utför sådana revisioner som avses i artiklarna 37 och 75.2.

Bestämmelserna förutsätter att medlemsstaterna tar ställning till om den behöriga myndigheten ska få besluta om vitesförelägganden själv eller om den måste begära att en rättslig myndighet, dvs. en domstol, ska fatta ett sådant beslut. I propositionen Kompletterande

bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) föreslås att tillsynsmyndigheten själv ska få besluta om vitesföreläggande. I förslaget till kompletterande lag till EU:s förordning om digitala tjänster finns därför en bestämmelse som anger att myndigheten får förena beslut med vite i enlighet med artikel 51.2 första stycket d i förordningen om digitala tjänster och den kompletterande lagen till förordningen.

De ovan nämnda bestämmelserna om vitesförelägganden i artikel 51.2 i förordningen om digitala tjänster bör vara tillämpliga vid tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster i enlighet med artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam. Det behövs därför kompletterande bestämmelser som anger om den behöriga myndigheten själv eller domstol ska ha befogenhet att besluta om vitesförelägganden. Effektivitetsskäl talar för att myndigheten beslutar om detta själv. Det är även lämpligt att samma ordning gäller vid tillsyn enligt båda EU-förordningarna. Behovet av rättssäkerhet tillgodoses genom att lagen (1985:206) om viten blir tillämplig, av vilken följer att utdömande av viten ska prövas av förvaltningsdomstol. I kapitel 10 föreslås dessutom en rätt att överklaga beslut till allmän förvaltningsdomstol. Överklaganderätten inkluderar beslut om förelägganden som förenats med vite. Den behöriga myndigheten bör därför genom kompletteringslagen ges befogenhet att själv förena föreläggande med vite.

Den behöriga myndigheten bör avgöra vilken utsträckning det är lämpligt att förena förelägganden med vite. I den kompletterande lagen bör det därför anges att myndigheten ”får” besluta om detta. Vid sådana beslut blir utöver lagen om viten även förvaltningslagen tillämplig. Bl.a. gäller enligt 5 § tredje stycket i den senare lagen att åtgärden ska vara proportionerlig. Som konstaterats i avsnitt 5.2.1 bör även grundläggande tryck- och yttrandefrihetsrättsliga principer beaktas.

Vitesförelägganden vid tillsyn enligt artikel 22.4 i förordningen om politisk reklam

Även när det gäller tillsyn enligt artikel 22.4 i förordningen om politisk reklam, dvs. tillsyn av andra aktörer än leverantörer av förmedlingstjänster finns det i förordningen om politisk reklam en bestämmelse om befogenhet att besluta om viten. Enligt artikel

22.5 e ska en behörig myndighet ha befogenhet att fastställa ett löpande vite eller begära att en rättslig myndighet gör det. Den behöriga myndigheten bör, av samma skäl som anförts när det gäller tillsyn enligt artikel 22.3, ges befogenhet genom kompletteringslagen att själv besluta om vite enligt artikel 22.5 e.

Befogenheten att besluta om vite enligt artikel 22.5 e är inte kopplad till några specifika förelägganden, till skillnad från dess motsvarighet i förordningen om digitala tjänster. I stället ska den avse att "vid behov" (i den engelska versionen "as appropriate") fastställa vite. De åtgärder enligt förordningen om politisk reklam som ligger närmast till hands torde vara förelägganden om information m.m. (artikel 22.5 a), om att överträdelser ska upphöra (artikel 22.5 c) och om avhjälpande åtgärder (artikel 22.5 f). Det finns dock inte anledning att i kompletteringslagen precisera vilka åtgärder som ska få förenas med vite enligt artikel 22.5 e. Den bedömningen bör göras av den behöriga myndigheten och ytterst av domstolarna.

Artikel 25.5 begränsar inte möjligheten att förena förelägganden med vite

Det finns en bestämmelse som kan uppfattas som en begränsning av möjligheten att förena förelägganden med vite i artikel 25.5 i förordningen om politisk reklam. Enligt artikelns första mening ska vissa överträdelser av förordningen anses särskilt allvarliga om de sker under sista månaden före ett val eller en folkomröstning. Enligt andra meningen får medlemsstaterna också fastställa löpande viten för att förmå sponsorer, tillhandahållare av politiska reklamtjänster och utgivare av politisk reklam att sätta stopp för allvarliga och upprepade överträdelser av förordningen.

Bestämmelsen i andra meningen bör dock inte tolkas så att den hindrar behöriga myndigheter från att besluta om löpande vite även om det inte är fråga om allvarliga och upprepade överträdelser. Snarare får bestämmelsen uppfattas så att det är möjligt att använda löpande vite som ett alternativ till sanktioner, exempelvis sanktionsavgifter, även vid allvarliga och upprepade överträdelser.

Den behöriga myndigheten föreslås få en generell befogenhet att besluta om löpande vite med stöd av förordningen. Den omständigheten att det är fråga om en allvarlig och upprepad överträdelse av förordningen är en omständighet som myndigheten

bör beakta vid sitt val av tillsynsåtgärder. Befogenheten att besluta om löpande vite bör således inte begränsas till sådana fall som avses i artikel 25.5 andra meningen.

Kompletteringslagen ska innehålla en begränsning av vitesbeloppets storlek

Bestämmelsen om befogenhet att förelägga vite i artikel 51.2 första stycket d i förordningen om digitala tjänster hänvisar till artikel 52 i samma förordning. I artikel 52.4 anges en begränsning av vitets storlek. Vitet ska inte överstiga fem procent av den genomsnittliga globala dagsomsättningen eller dagsinkomsten för den berörda leverantören av förmedlingstjänster under det föregående räkenskapsåret per dag, beräknat från den dag som anges i det berörda beslutet. Artikel 52.4 bör bli tillämplig även vid tillsyn enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam.

Bestämmelsen om begränsning av vitets storlek i förordningen om digitala tjänster täcker inte in alla viten som kan komma att beslutas med stöd av förordningen om politisk reklam och kompletteringslagen. Detta beror på att begränsningen enbart gäller i förhållande till leverantörer av förmedlingstjänster, inte andra aktörer som kan föreläggas vite med stöd av förordningen om digitala tjänster.

Begränsningen om vitets storlek enligt artikel 52.5 i förordningen om digitala tjänster gäller dessutom bara vid tillsyn enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam. Den gäller däremot inte för viten beslutade med stöd av enligt 22.5 e, dvs. vid tillsyn enligt artikel 22.4. När det gäller sistnämnda viten finns det inte någon motsvarande begränsning. En begränsningsregel finns visserligen i artikel 25.2 i förordningen om politisk reklam. Denna regel bör emellertid inte anses omfatta löpande viten enligt artikel 22.5 e utan får anses ta sikte på åtgärder enligt artikel 22.5 d (beslut om ”böter eller ekonomiska sanktioner eller andra ekonomiska åtgärder”).¹³ Den närmare utformningen av det löpande vitet får därmed anses ha överlämnats till medlemsstaterna att besluta.

¹³ Detta framgår av den engelska versionen av förordningen, där löpande viten motsvaras av uttrycket ”periodic penalty payments” medan ett annat uttryck, ”financial penalties”, används i stället i begränsningsregeln i artikel 25.2 liksom när det gäller befogenheterna enligt artikel 22.5 d. Av språkbruket i skäl 104 framgår dessutom att ”periodic penalty payments” inte anses utgöra utgöra ”financial penalties” utan en annan slags åtgärd.

I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster föreslås en begränsningsbestämmelse som omfattar samtliga aktörer som kan bli föremål för vite enligt förordningen (se prop. 2023/24:160, s. 61 och 62). I propositionen konstateras att tredje man skulle kunna bli föremål för mer kännbara sanktioner än leverantörer av förmedlingstjänster om inte begränsningsregeln gäller för alla viten. Samma situation riskerar att uppstå vid viten beslutade inom ramen för tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster som bedrivs med stöd av artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam. Dessutom bör av enhetlighetsskäl begränsningsregeln gälla även vid tillsyn som bedrivs med stöd av artikel 22.4 i samma förordning. Begränsningsregeln bör därför genom en bestämmelse i kompletteringslagen utsträckas till att gälla alla viten beslutade med stöd av lagen.

5.2.8 Handlingar som omfattas av advokaters tystnadsplikt

Förslag: Undersökningsåtgärder som den behöriga myndigheten vidtar ska inte få avse en skriftlig handling som skyddas av advokaters tystnadsplikt. Om myndigheten och den som undersöks inte är överens om huruvida en viss handling omfattas av tystnadsplikten ska myndigheten omedelbart försegla handlingen och skyndsamt överlämna den till allmän förvaltningsdomstol. Domstolen ska utan dröjsmål pröva om handlingen ska omfattas av undersökningsåtgärden.

Skälen för förslaget: Artikel 51.6 i EU:s förordning om digitala tjänster ställer krav på att medlemsstaterna ska fastställa särskilda regler och förfaranden för utövandet av befogenheterna enligt artikel 51.1–51.3 och säkerställa att allt utövande av dessa befogenheter är förenat med ändamålsenliga skyddsmekanismer, bl.a. när det gäller rätten till försvar och till effektivt rättsmedel. Någon motsvarande uttrycklig bestämmelse finns inte när det gäller befogenheterna enligt artikel 22.5 i EU:s förordning om politisk reklam, men rätten till effektivt rättsmedel och rätten till försvar följer även av artiklarna 47 och 48 i EU:s rättighetsstadga.

Handlingar som omfattas av advokaters tystnadsplikt bör mot den anförda bakgrunden undantas från alla undersökningsåtgärder i artikel 51.1 i EU:s förordning om digitala tjänster och artikel 22.5 a

och h i EU:s förordning om politisk reklam. Den behöriga myndigheten bör därför inte ha rätt att ta del av skriftliga handlingar som skyddas av advokaters tystnadsplikt. Med skriftlig handling avses även elektroniskt lagrat material som kan läsas, avlyssnas eller på annat sätt uppfattas endast med hjälp av tekniska hjälpmedel.

Om det råder oenighet mellan den behöriga myndigheten och den som berörs av undersökningsåtgärder om vissa handlingar omfattas av tystnadsplikt, bör myndigheten lägga dem i ett kuvert eller, om handlingen är digital, lägga den på separat lagringsmedium i ett kuvert som förseglas. Därefter bör domstol utan dröjsmål fatta beslut om huruvida handlingen omfattas av advokaters tystnadsplikt. Utgångspunkten vid tillämpning av denna bestämmelse bör vara att i möjligaste mån ansluta sig till unionsrättens praxis om s.k. legal professional privilege. Bestämmelser om detta bör införas i kompletteringslagen och utformas efter förebild av motsvarande bestämmelser i konkurrenslagen (5 kap. 11, 14 och 16 §§).

Därtill finns det i tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen bestämmelser om tystnadsplikt. Reglerna tar sikte på mediernas rätt och skyldighet att skydda sina källor och innebär ett förbud för bl.a. den som har tagit befattning med tillkomsten eller utgivningen av en tryckt skrift att röja vad han eller hon då har fått veta om en källa eller upphovsperson som vill vara anonym (3 kap. 3 § tryckfrihetsförordningen). Motsvarande gäller även för andra grundlagsskyddade framställningar, bl.a. program i radio och tv (2 kap. 3 § yttrandefrihetsgrundlagen). Möjligheten för det allmänna att få tillgång till denna typ av information regleras särskilt (se bl.a. 3 kap. 4 och 5 §§ tryckfrihetsförordningen och 2 kap. 4 och 5 §§ yttrandefrihetsgrundlagen).

I skäl 153 i EU:s förordning om digitala tjänster sägs att förordningen står i överensstämmelse med de grundläggande rättigheter som erkänns i stadgan och de grundläggande rättigheter som utgör principer i unionsrätten. Förordningen bör enligt skäl 153 således tolkas i enlighet med dessa grundläggande rättigheter, inbegripet yttrande- och informationsfriheten samt mediernas frihet och mångfald. I skäl 50 i EU:s förordning om politisk reklam sägs att förordningen inte bör medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner

eller regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar. Mot denna bakgrund bör det finnas utrymme att beakta nationella regler om t.ex. källskydd. Den behöriga myndighetens befogenheter begränsas således även av tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen. Eftersom det följer redan av principen att grundlag har företräde framför vanlig lag, behöver detta inte anges särskilt (jfr prop. 2011/12:175 s. 19).

5.2.9 Vissa bestämmelser i artikel 51 i förordningen om digitala tjänster bör inte anses tillämpliga

Bedömning: Det bör inte införas några kompletterande bestämmelser till artiklarna 51.2 första stycket e och 51.3 i EU:s förordning om digitala tjänster såvitt avser tillsyn av att leverantörer av förmedlingstjänster efterlever EU:s förordning om politisk reklam.

Det bör inte införas bestämmelser om utredningsskadeavgift.

Skälen för bedömningen

Det bör inte införas några kompletterande bestämmelser till artiklarna 51.2 e och 51.3 i EU:s förordning om digitala tjänster

Enligt artikel 51.2 första stycket e i förordningen om digitala tjänster ska en behörig myndighet ha befogenhet att vidta interimistiska åtgärder eller begära att den behöriga rättsliga myndigheten gör detta, för att undvika risk för allvarlig skada.

Den behöriga myndigheten ges därtill enligt artikel 51.3 första stycket vissa befogenheter som den kan använda när den har uttömt alla andra befogenheter enligt artikel 51, men överträdelsen inte har åtgärdats eller fortsätter och orsakar allvarlig skada som inte kan undvikas genom utövandet av andra befogenheter som finns att tillgå enligt unionsrätten eller nationell rätt.

För det första får enligt artikel 51.3 första stycket a myndigheten kräva att ledningsorganen hos leverantörerna av förmedlingstjänster granskar situationen och tar fram en åtgärdsplan.

För det andra får enligt artikel 51.3 första stycket b en behörig myndighet begära att en rättslig myndighet i medlemsstaten beslutar om en tillfällig begränsning av mottagarnas tillgång till en tjänst som berörs av en överträdelse eller, i vissa fall, till det onlinegränssnitt hos leverantören av förmedlingstjänster på vilket en överträdelse skett. För att en sådan åtgärd ska få vidtas krävs att vissa ytterligare förutsättningar är uppfyllda. Bland annat krävs att överträdelsen inte har åtgärdats eller fortsätter samt att den orsakar allvarlig skada som inte kan undvikas genom utövandet av andra befogenheter som finns att tillgå enligt unionsrätten eller nationell rätt. Det krävs även att överträdelsen innebär ett brott som innefattar ett hot mot människors liv eller säkerhet.

Samtliga artiklar som nu gått igenom kräver kompletterande bestämmelser i nationell rätt. Frågan är emellertid om de utgör sådana ”tillämpliga delar” som enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam ska tillämpas vid tillsyn av efterlevnaden av den förordningen. När det gäller befogenheten att begära tillfällig begränsning av mottagarnas tillgång till en tjänst enligt artikel 51.3 första stycket b är en förutsättning att överträdelsen innebär ett brott som innefattar ett hot mot människors liv eller säkerhet. Bestämmelsen bör redan av den anledningen inte vara tillämplig vid tillsyn enligt förordningen om politisk reklam. Samtliga bestämmelser förutsätter även att det inträffat ”allvarlig skada” eller finns risk för sådan skada. I EU:s förordning om digitala tjänster utvecklas inte vad allvarlig skada innebär. I EU:s förordning om politisk reklam används begreppet inte över huvud taget. Det talar för att bestämmelserna som bygger på begreppet allvarlig skada inte utgör sådana delar av artikel 51 i förordningen om digitala tjänster som är tillämpliga vid tillsyn enligt förordningen om politisk reklam. Därför bör det i fråga om dessa bestämmelser inte införas några kompletterande nationella bestämmelser.

Det finns inte behov av kompletterande bestämmelser om utredningsskadeavgift

Enligt artikel 51.2 första stycket c i EU:s förordning om digitala tjänster ska behöriga myndigheter, när det behövs för utförandet av deras uppgifter enligt förordningen, ha befogenhet att ge leverantörer av förmedlingstjänster böter, eller begära att en rättslig

myndighet, dvs. domstol, gör detta. Böterna ska bl.a. avse bristande efterlevnad av undersökningsförelägganden som utfärdas enligt artikel 51.1. Av artikel 51.2 andra stycket framgår att även vissa andra personer kan få böter för bristande efterlevnad av sådana undersökningsförelägganden.

I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) konstateras att böter i Sverige är en straffrättslig sanktion för en kriminaliserad gärning, och att det som i EU:s förordning om digitala tjänster benämns som böter i en svensk kontext bör benämnas administrativa sanktioner. Med förebild i 5 kap. 21–24 §§ i konkurrenslagen (2008:579) föreslås i propositionen att avgifterna vid bristande efterlevnad av undersökningsåtgärder ska benämnas utredningsskadeavgift. Avgiften föreslås omfatta dels bristande efterlevnad av undersökningsförelägganden som utfärdats med stöd av artikel 51.1 i EU:s förordning om digitala tjänster, dels bristande efterlevnad av undersökningsåtgärder som vidtagits med stöd av lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster.

Såvitt avser tillsyn av att leverantörer av förmedlingstjänster följer förordningen om politisk reklam får bestämmelsen i artikel 51.2 första stycket c, i den mån den avser undersökningsförelägganden enligt artikel 51.1, inte anses tillämplig. Möjligheten att förena föreläggande med vite får anses utgöra ett tillräckligt påtryckningsmedel. Det bör därför inte införas några bestämmelser om utredningsskadeavgift i lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam.

Bestämmelsen i artikel 51.2 första stycket c i EU:s förordning om digitala tjänster gäller även vid överträdelse av materiella bestämmelser, dvs. annat än undersökningsförelägganden. När det gäller sådana överträdelse får bestämmelsen anses tillämplig i förhållande till förordningen om politisk reklam. Det föreslås i avsnitt 5.2.6 att den behöriga myndigheten med stöd av bl.a. artikel 51.2 första stycket c ska få besluta om sanktionsavgift.

5.3 Klagomål till behöriga myndigheter

Bedömning: Det behövs inte några kompletterande bestämmelser till artikel 24 i EU:s förordning om politisk reklam.

Skälen för bedömningen: Enligt artikel 24 i EU:s förordning om politisk reklam ska de behöriga myndigheterna på vederbörligt sätt handlägga alla anmälningar om eventuella överträdelser av förordningen och, på begäran, informera den anmälade personen eller enheten om uppföljningen. Dessutom ska enligt artikeln alla anmälningar som inkommer under den sista månaden före val eller folkomröstningar och som avser dessa val eller folkomröstningar handläggas utan oskäligt dröjsmål. De behöriga myndigheterna ska även utan oskäligt dröjsmål översända klagomål som omfattas av behörigheten för en annan behörig myndighet i en annan medlemsstat till den behöriga myndigheten.

Handläggningen enligt artikel 24 ska enligt bestämmelsen ske utan att det påverkar andra administrativa förfaranden eller rättsmedel. I skäl 105 i förordningen om politisk reklam nämns som exempel klagomål som rör behandlingen av personuppgifter enligt EU:s dataskyddsförordning och klagomål till de samordnare för digitala tjänster som utsetts enligt EU:s förordning om digitala tjänster.

Artikel 24 är direkt tillämplig. Hur handläggningen av klagomål ska gå till regleras dock inte i artikeln. I skäl 105 sägs att de behöriga myndigheterna bör behandla sådana klagomål, ”bland annat genom att informera klaganden om den uppföljning som gjorts”. Hur ett klagomål kommer hanteras torde bero på vilken artikel överträdelser avser och de närmare omständigheterna i det enskilda fallet, bl.a. i vilken mån den som lämnat klagomålet bedöms inta ställning som part.

Regleringen i förvaltningslagen och offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) när det gäller bl.a. handläggning av ärenden, diarieföring och bevarande av allmänna handlingar kommer vara tillämplig när det gäller behandlingen av klagomål enligt artikel 24 i EU:s förordning om politisk reklam. Med hänsyn bl.a. till att artikeln är direkt tillämplig bör det avgöras i rättstillämpningen i vilken utsträckning personer som lämnar klagomål har partsställning. Det behövs därför inte några kompletterande bestämmelser till den artikeln.

5.4 Valmyndighetens möjlighet att inhämta uppgifter från kommuner och regioner

Bedömning: Det behövs inte några lagändringar för att Valmyndigheten ska kunna hämta in de uppgifter som krävs för rapporteringen enligt artikel 26 i förordningen om politisk reklam.

Skälen för bedömningen: Enligt artikel 26.1 i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna offentliggöra datumen för sina val och folkomröstningar och, om tillämpligt, för sina valperioder på en lättillgänglig plats och med lämplig hänvisning till förordningen. De uppgifter som medlemsstaterna ska offentliggöra enligt artikel 26.1 ska, enligt artikel 26.2, även anges i en offentlig portal som ska tillhandahållas av kommissionen. Artikeln har behandlats i avsnitt 4.5. Valmyndigheten förslås ansvara för offentliggörande och uppgiftslämnande till portalen för Sveriges del. I avsnittet framgår även att ”valperioden” när det gäller val i Sverige får anses börja när röstningen inleds.

Frågan är om det behövs lagändringar för att Valmyndigheten ska kunna hämta in de uppgifter som behövs för uppdraget.

Datum för ordinarie val anges direkt i vallagen (2005:837). Datum för omval och extra val till riksdagen beslutas av regeringen och datum för omval till region- eller kommunfullmäktige beslutas av den centrala valmyndigheten. Datum för nationella folkomröstningar beslutas av riksdagen. Hur många dagar före valdagen förtidsröstningen ska inledas regleras i 10 kap. 2 § vallagen. I dessa fall finns det inte något behov av kompletterande bestämmelser för att Valmyndigheten ska kunna lämna de aktuella uppgifterna.

Vid extra val till region- eller kommunfullmäktige och vid kommunala folkomröstningar beslutar fullmäktige om valdag respektive omröstningsdag. Beräkningen av när förtidsröstning ska inledas regleras även vid kommunala extra val i vallagen. Vid kommunala folkomröstningar beslutar fullmäktige om det ska vara möjligt att förtidsrösta. Vid kommunala extra val och folkomröstningar ska valdagen respektive omröstningsdagen beslutas efter samråd med den centrala valmyndigheten (1 kap. 3 § femte stycket vallagen och 2 § andra stycket lagen [1994:692] om kommunala folkomröstningar). Samrådsskyldigheten har införts för att den centrala val-

myndigheten ska ha planeringsförutsättningar (jfr prop. 2001/02:80 s. 46 f. och prop. 2009/10:80 s. 96).

Den centrala valmyndigheten ansvarar vid val, inklusive kommunala extra val, för att framställa röstlängd och röstkort. Vid kommunala folkomröstningar samordnas röstlängds- och röstkortsframställningen antingen med val och nationella folkomröstningar som sker samtidigt eller framställs av kommunen och regionen själv med ledning av registeruppgifter som lämnas av den centrala valmyndigheten (6 § andra och tredje stycket lagen om kommunala folkomröstningar).

Utöver samrådet bör Valmyndigheten kunna ta del av uppgifterna på annat sätt då de på olika sätt kommer finnas offentligt tillgängliga. Kommuner och regioner ska informera sina medlemmar om beslut om folkomröstningar (3 § lagen om kommunala folkomröstningar). Beslutet om extra val och folkomröstningar ska även framgå av justerade protokoll från fullmäktiges sammanträden, som är allmänna handlingar och som ska offentliggöras på den digitala anslagstavla som varje kommun och region enligt kommunallagen ska ha på sin webbplats. Sammantaget bör det finnas goda möjligheter för Valmyndigheten att, utan några lagändringar, inhämta de uppgifter som behövs för rapporteringen enligt artikel 26 även när det gäller kommunala extra val och folkomröstningar.

6 Sanktionsavgifter

6.1 Sanktionsavgifter vid överträdelser av artiklarna 18 och 19

Förslag: En sanktionsavgift enligt artikel 25.6 i EU:s förordning om politisk reklam ska inte få beslutas om den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom fem år från det att överträdelserna ägde rum.

Skälen för förslaget: Sanktionsavgifter för överträdelser av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam ska enligt artikel 25.6 i samma förordning beslutas av de nationella tillsynsmyndigheterna enligt artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning. För Sveriges del ska sanktionsavgifter således beslutas av Integritets- och dataskyddsmyndigheten. Sanktionsavgifterna får tas ut i enlighet med artikel 83 i EU:s dataskyddsförordning, upp till det högsta belopp som avses i artikel 83.5 i den förordningen.

I artikel 83 i EU:s dataskyddsförordning regleras grunderna för påförande av sanktionsavgifter. Artikel 83 reglerar bland annat vilka faktorer som ska beaktas vid beslut om när sanktionsavgifter ska tas ut och med vilket belopp. Den reglerar även hur avgiften ska bestämmas när flera bestämmelser överträds genom en och samma eller sammankopplade uppgiftsbehandlingar. Artikel 83 innehåller även två olika beloppsgränser för högsta möjliga avgift. I artikel 83.5 regleras den högre av de två beloppsgränserna, som är den gräns som kommer bli tillämplig när det gäller förordningen om politisk reklam. Enligt bestämmelsen är beloppsgränsen det högsta av 20 000 000 euro och, om det gäller ett företag, 4 procent av den totala globala årsomsättningen under föregående budgetår.

Bestämmelserna i artikel 83 i dataskyddsförordningen är direkt tillämpliga i förhållande till privaträttsliga organ och ger inget utrymme för medlemsstaterna att specificera bestämmelserna eller att

föreskriva några undantag i förhållande till sådana organ (prop. 2017/18:105 s. 138). Bestämmelserna i artikeln blir genom artikel 25.6 i förordningen om politisk reklam på motsvarande sätt tillämpliga vid överträdelser enligt artiklarna 18 och 19 i den förordningen. I förhållande till dessa artiklar ska det således inte införas några nationella bestämmelser om grunderna för bestämmande av sanktionsavgifter. Det behövs däremot kompletterande bestämmelser om förfarandet vid beslut om sanktionsavgift.

När det gäller bestämmelser om förfarandet vid beslut om sanktionsavgifter föreslås att det införs gemensamma bestämmelser om detta, se avsnitt 6.3. På en punkt bör dock bestämmelserna skilja sig åt. Preskriptionstidens längd är olika i lagen (2018:218) med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning (dataskyddslagen) och den föreslagna kompletteringslagen till förordningen om digitala tjänster (prop. 2023/24:160). I det förra fallet är den fem år och i det senare fallet två år.

Eftersom artiklarna 18 och 19 i EU:s förordning om politisk reklam utgör en komplettering av EU:s dataskyddsförordning bör preskriptionstiden anpassas till vad som gäller enligt dataskyddslagen. På så sätt kommer samma preskriptionstid gälla för en personuppgiftsbehandling som strider mot såväl EU:s dataskyddsförordning som de nu aktuella artiklarna i EU:s förordning om politisk reklam. En sanktionsavgift för överträdelser av artiklarna 18 och 19 bör därför inte få beslutas om den som avgiften ska tas ut av inte har fått tillfälle att yttra sig inom fem år från den dag då överträdelsern ägde rum. En bestämmelse om detta bör införas i kompletteringslagen.

6.2 Sanktionsavgifter vid andra överträdelser av förordningen

6.2.1 Överträdelser som bör leda till sanktionsavgifter

Förslag: En sanktionsavgift ska få tas ut av en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som överträder någon av sina skyldigheter enligt artiklarna 7.1 första meningen, 7.2, 9.1, 9.3, 11.1, 11.3, 12.1, 12.3, 12.4, 13.2–13.4, 14.1 och 21.1 första stycket i EU:s förordning om politisk reklam, i den ursprungliga lydelsen.

En sanktionsavgift ska även få tas ut vid överträdelse av ett åtagande som den behöriga myndigheten har gjort bindande med stöd av EU:s förordning om politisk reklam eller denna lag och som avser en skyldighet som följer av någon av de artiklar som anges i första stycket.

En sanktionsavgift ska inte få beslutas om

1. överträdelserna omfattas av ett föreläggande som har förenats med vite och överträdelserna ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet, eller
2. den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom två år från det att överträdelserna ägde rum.

Skälen för förslaget

Övergripande om utformningen av sanktionssystemet

Enligt artikel 25.1 första stycket i förordningen om politisk reklam ska medlemsstaterna fastställa bestämmelser om sanktioner eller, vid behov, andra åtgärder som ska tillämpas på sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster för överträdelser av artiklarna 5–17, 20 och 21, och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de genomförs i lämplig tid. Enligt artikel 25.5 andra meningen får medlemsstaterna också fastställa löpande viten för att förmå sponsorer, tillhandahållare av politiska reklamtjänster och utgivare av politisk reklam att sätta stopp för allvarliga och upprepade överträdelser av förordningen.

Enligt artikel 25.1 andra stycket i förordningen om politisk reklam ska sanktionerna vara effektiva, proportionella och avskräck-

ande. Dessutom ska medlemsstaterna vid fastställandet av bestämmelserna om sanktioner ta hänsyn till bestämmelserna om pressfrihet och yttrandefrihet i andra medier samt till regler eller normer för journalistyrket.

I skäl 50 till förordningen sägs att den inte bör medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner. Enligt samma skäl gäller detta även åtgärder som skulle strida mot regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar.

En sanktion är en bred beskrivning av en påföljd vid ett olagligt handlande som antingen kan ha ett handlingsdirigerande eller ett bestraffande syfte. En sanktion kan i ett svenskt sammanhang innebära en straffrättslig påföljd eller administrativ påföljd så som sanktionsavgift, vite, förbud eller återkallelse av tillstånd.

I många fall bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster vara juridiska personer, vilka inte kan åläggas straffansvar. Juridiska personer kan visserligen bli föremål för talan om företagsbot (36 kap. 7 § brottsbalken). En förutsättning för ansvar är dock att brottet har begåtts i utövningen av företagets verksamhet vilket kan innebära bevisvårigheter. Med hänsyn till detta och till att kriminalisering ska användas med stor försiktighet och som en sista utväg (ultima ratio), bör överträdelser av förordningen om politisk reklam inte kriminaliseras. De administrativa påföljderna förbud eller återkallelse av tillstånd är inte heller lämpliga som sanktioner. De sanktioner som är aktuella är således förelägganden vid viten och beslut om sanktionsavgifter.

Vitesförelägganden är framåtsyftande, dvs. de ska få mottagaren att vidta vissa handlingar, och kan därför sägas vara handlingsdirigerande. Sanktionsavgifter har också en handlingsdirigerande funktion. Sådana avgifter aktualiseras dock först när en överträdelse har ägt rum och är på så vis mer reaktiva.

Sanktionen vid överträdelser av förordningen om politisk reklam bör som utgångspunkt vara vitesföreläggande. Av förslaget i avsnitt 5.2.7 framgår att den behöriga myndigheten kommer ha en generell befogenhet att förena beslut med vite. Endast om vitesförelägganden

inte är tillräckligt effektiva som påtryckningsmedel eller är olämpliga bör det övervägas om överträdelserna även eller enbart ska kunna föranleda sanktionsavgifter.

Vid utformningen av sanktionssystemet bör även de utgångspunkter om sanktionsavgifter beaktas som anges i regeringens skrivelse En tydlig, rättssäker och effektiv tillsyn (skr. 2009/2010:79 s. 46):

Utformningen av en sanktionsavgift vid tillsyn bör uppfylla de principer om sanktionsavgifters användningsområde och utformning som angavs i förarbetena till bestämmelsen om förverkande i 36 kap. 4 § brottsbalken (prop. 1981/82:142 s. 77). Enligt dessa principer bör sanktionsavgifter användas inom områden där regelöverträdelser är särskilt frekventa eller där det föreligger speciella svårigheter med att beräkna storleken av den vinst eller besparing som uppnås i det enskilda fallet. Avgifter bör vidare endast förekomma inom speciella och klart avgränsade rättsområden där det relativt lätt kan fastställas om en överträdelse skett eller inte. [...] Om avgiftsskyldigheten ska bygga på ett strikt ansvar bör förutsättas att det finns starkt stöd för en presumtion om att överträdelser inte kan förekomma annat än som en följd av uppsåt eller oaktsamhet.

Överträdelser som bör kunna leda till sanktionsavgifter

För att vitesförelägganden ska vara effektiva krävs att den behöriga myndigheten i tillräcklig omfattning kan få kännedom om och hinna agera mot överträdelser innan de har inletts eller upphört. Under alla förhållanden bör överträdelserna och följderna av dem i rimlig utsträckning kunna avhjälpas efter ett sådant föreläggande. Överträdelser av vissa bestämmelser i förordningen om politisk reklam är inte av den karaktären att vitesföreläggande skulle utgöra en effektiv åtgärd. Dessa överträdelser är samtidigt, i enlighet med regeringens ovan nämnda skrivelse om tillsyn, lämpade för sanktionsavgifter. För att förordningen om politisk reklam ska ges ett tillräckligt effektivt genomslag bör därför överträdelser av följande bestämmelser leda till sanktionsavgifter.

Artikel 7.1 första meningen innebär att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska begära att sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponserers räkning uppger huruvida den reklamtjänst de begär att tjänstetillhandahållaren ska utföra utgör en politisk reklamtjänst i den mening som avses i artikel 3.5

och huruvida de uppfyller några av kraven i artikel 5.2 (anknytning till EU som krävs i vissa fall).

Artikel 7.2 innebär att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst föreskriver att sponsorn eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska tillhandahålla förklaringen i enlighet med artikel 7.1 och relevant information som är nödvändig för att uppfylla kraven i artiklarna 9.1, 11.1 och 12.1. Informationen ska överföras på ett fullständigt och korrekt sätt och utan oskäligt dröjsmål.

Artikel 9.1 och 9.3 innebär att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska bevara viss information om politiska reklamtjänster i sju års tid.

Artikel 11.1 och 11.3 innebär att utgivare av politisk reklam ska förse politiska reklammeddelanden med viss information genom märkning. Det gäller bl.a. uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande och vem som är sponsor. Märkningen ska vara framträdande, göra det möjligt för enskilda personer att enkelt identifiera ett politiskt reklammeddelande och ska finnas kvar om det politiska reklammeddelandet sprids ytterligare.

Artikel 12.1, 12.3 och 12.4 innehåller bestämmelser om transparensmeddelanden. Bestämmelserna riktar sig till utgivare av politisk reklam. De reglerar vad transparensmeddelanden ska innehålla och innebär även krav på bl.a. att transparensmeddelanden ska hållas uppdaterade, vara i ett lättillgängligt format, vara på samma språk som det politiska reklammeddelandet och uppfylla tillgänglighetskrav när så är möjligt. Transparensmeddelandet ska bevaras under sju år efter offentliggörandet.

Artikel 13.2–13.4 innebär att utgivare av politisk reklam är skyldiga att tillgängliggöra politisk onlinereklam i den europeiska databasen över sådan reklam.

Artikel 14.1 reglerar skyldigheten för utgivare av politisk reklam att i årsredovisningen redovisa beloppen för eller värdet av andra förmåner som de fått i utbyte mot politiska reklamtjänster.

Artikel 21.1 första stycket innebär att tjänstetillhandahållare som tillhandahåller politiska reklamtjänster i EU, men som inte är etablerade i unionen, ska utse en rättslig företrädare i en av de medlemsstater där tjänsterna erbjuds.

När det gäller leverantörer av förmedlingstjänster får behörig myndighet, dvs. den behöriga myndigheten, godkänna åtaganden och göra dem bindande med stöd av artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam jämförd med artikel 51.2 a i EU:s förordning om digitala tjänster. En sanktionsavgift bör därför även tas ut vid överträdelse av ett sådant åtagande som gäller skyldigheter i artiklar för vilka sanktionsavgift ska påföras.

Det bör inte krävas uppsåt eller oaktsamhet för att sanktionsavgift ska beslutas

Bestämmelser om sanktionsavgift bygger ofta på ett strikt ansvar. Det innebär att en mottagare inte behöver ha haft uppsåt eller varit oaktsam för att åläggas en sanktionsavgift. Den behöriga myndighetens bedömning blir på detta sätt enklare och mer effektiv.

Om avgiftsskyldigheten ska bygga på ett strikt ansvar bör det, som nämnts i regeringens tillsynsskrivelse ovan, förutsättas att det finns starkt stöd för en presumtion om att överträdelser inte kan förekomma annat än som en följd av uppsåt eller oaktsamhet. Det finns en sådan presumtion i fråga om överträdelser av de ovan uppräknade bestämmelserna. Det bör därför inte krävas att någon av överträdelserna har begåtts av uppsåt eller oaktsamhet för att en sanktionsavgift ska kunna beslutas.

Den behöriga myndigheten ska kunna avstå från att ta ut sanktionsavgifter

I och med att sanktionsavgiftssystemet bygger på ett strikt ansvar bör det finnas utrymme för den behöriga myndigheten att avstå från att ta ut en sanktionsavgift om det skulle vara oskäligt.

I artikel 25.4 och 25.5 i förordningen om politisk reklam finns direkt tillämpliga bestämmelser som har betydelse såväl för frågan om en sanktionsavgift över huvud taget ska tas ut som för frågan om avgiftens storlek.

Artikel 25.4 innebär att det vid beslut om sanktioner och deras nivå ska tas vederbörlig hänsyn, i varje enskilt fall, till bland annat följande:

f) Överträdelsens karaktär, allvar, upprepning och varaktighet.

- g) Om överträdelsen skett med uppsåt eller genom oaktsamhet.
- h) Åtgärder som vidtagits för att mildra eventuella skador.
- i) Relevanta tidigare överträdelser och andra försvårande eller förmildrande omständigheter som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.
- j) Graden av samarbete med den behöriga myndigheten.
- k) Storleken på och den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner, i tillämpliga fall.

I artikel 25.5 anges att överträdelser av vissa i bestämmelsen uppräknade artiklar ska anses särskilt allvarliga om de avser politisk reklam som publiceras eller sprids under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning och riktas till medborgare i den medlemsstat där det aktuella valet eller den aktuella folkomröstningen förrättas.

Därutöver bör förordningen enligt skäl 50 inte medföra krav på åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner eller regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar.

Vid sidan av nyss nämnda artiklar och skäl 50 bör det inte i kompletteringslagen anges på vilka grunder den behöriga myndigheten och domstolarna får avstå från att ta ut sanktionsavgifter. I stället bör det i lagen anges att sanktionsavgift ”får” tas ut.

Förbud mot dubbelprövning

Europakonventionen och bl.a. dess sjunde tilläggsprotokoll gäller som svensk lag enligt lagen (1994:1219) om den europeiska konventionen angående skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna. I 2 kap. 19 § regeringsformen finns ett förbud mot att meddela lag eller föreskrift som står i strid med Sveriges åtaganden enligt Europakonventionen. I artikel 4.1 i sjunde tilläggsprotokollet finns ett förbud mot dubbel lagföring eller dubbla straff. En motsvarande bestämmelse finns i artikel 50 i EU:s stadga om de grundläggande rättigheterna. Detta förbud kallas ofta för dubbel-

prövningsförbudet. Begreppet straff i den mening som avses i Europakonventionen anses även omfatta viten och sanktionsavgifter. I regelverk där det är möjligt att utfärda ett vitesföreläggande och ta ut en sanktionsavgift för samma överträdelse har det därför införts bestämmelser som syftar till att hindra en dubbelprövning. Dessa har utformats på så sätt att sanktionsavgift inte får beslutas om överträdelsen även omfattas av ett vitesföreläggande och överträdelsen ligger till grund för en ansökan om utdömmande av vitet. Även enligt kompletteringslagen till EU:s förordning om politisk reklam kommer det vara möjligt att utfärda ett vitesföreläggande och ta ut en sanktionsavgift för samma överträdelse. En motsvarande bestämmelse bör därför införas i kompletteringslagen till EU:s förordning om politisk reklam.

Preskription

Det är inte lämpligt att meddela ett beslut om sanktionsavgift om lång tid har förflutit sedan överträdelsen av bestämmelsen eller åtagandet som kan leda till sanktionsavgift ägde rum. En sanktionsavgift bör därför inte få tas ut om den som anspråket riktar sig mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom viss tid från det att överträdelsen ägde rum. En bestämmelse av denna innebörd bör införas i kompletteringslagen.

När det gäller preskriptionstidens längd är det skillnad mellan dataskyddslagen och den föreslagna lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster. När det gäller artiklarna 18 och 19, som kompletterar EU:s dataskyddsförordning, föreslås att preskriptionstiden ska anpassas till dataskyddslagen, dvs. bestämmas till fem år. I fråga om överträdelser av nu aktuella bestämmelser i EU:s förordning om politisk reklam är det lämpligare att preskriptionstiden följer lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster, dvs. två år. På så sätt kommer reglerna i förhållande till leverantörer av förmedlingstjänster att vara förhållandevis enhetliga.

6.2.2 Sanktionsavgifternas storlek

Förslag: En sanktionsavgift ska bestämmas till lägst 5 000 kronor och högst sex procent av den globala årsomsättningen för den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster under det föregående räkenskapsåret.

Skälen för förslaget: Sanktionsavgifter kan vara utformade på olika sätt. De kan avse på förhand bestämda belopp, ett beloppsintervall eller vara kopplade till omsättningen i näringsverksamheten. Utgångspunkten bör i detta fall vara att sanktionsavgifterna ska vara effektiva, proportionerliga och avskräckande i enlighet med artikel 25.1 i förordningen om politisk reklam.

Förordningen om politisk reklam reglerar de ekonomiska sanktionernas högsta tillåtna belopp. Enligt artikel 25.2 i förordningen ska detta belopp baseras på den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner och ska uppgå till

- a) 6 % av sponsorns eller tillhandahållarens årsinkomst eller budget, beroende på vad som är tillämpligt och vad som är högst, eller
- b) 6 % av sponsorns eller tillhandahållarens globala årsomsättning under det föregående räkenskapsåret.

Bestämmelsen får förstås så att medlemsstaterna kan välja beräkningsmodell för högsta tillåtna belopp. Beloppet enligt punkt b motsvarar vad som gäller enligt EU:s förordning om digitala tjänster (se artikel 52.3 första meningen i den förordningen). Det är också den gräns som föreslås för sanktionsavgifter enligt EU:s förordning om digitala tjänster (se prop. 2023/24:160, s. 77 f.). Högsta belopp för en sanktionsavgift bör enligt lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam bestämmas i enlighet med denna gräns.

Sanktionsavgifter ska kunna beslutas även vid överträdelser som är mindre allvarliga. Beloppsintervallet för sanktionsavgifter varierar mellan olika rättsområden, från 1 000 kronor som lägsta nivå, upp till 20 000 000 kronor för de allvarligaste överträdelserna, se t.ex. resegarantilagen (2018:1218) och lagen (2016:1145) om offentlig upphandling. Ett lägsta belopp bör emellertid bestämmas för att avgiften inte ska vara helt obetydlig. Denna miniminivå får inte vara så hög att effekten blir orimlig för ett företag som nyligen startat en

verksamhet i mindre skala. Bedömningen är, mot denna bakgrund, att 5 000 kronor är en rimlig lägsta nivå på sanktionsavgiften.

I artikel 25.4 och 25.5 i förordningen om politisk reklam finns ytterligare bestämmelser som har betydelse vid beslut om sanktionsavgifter. Som framgår ovan bör bestämmelserna beaktas vid bedömningen av om det finns skäl att ta ut sanktionsavgift (se avsnitt 6.2.1). Bestämmelserna bör även beaktas när sanktionsavgiftens storlek bestäms. Det behövs inte några kompletterande bestämmelser om detta eftersom bestämmelserna är direkt tillämpliga. En åtgärd enligt förordningen om politisk reklam får dessutom aldrig vara mer långtgående än vad som behövs och får vidtas endast om det avsedda resultatet står i rimligt förhållande till de olägenheter som kan antas uppstå för den som åtgärden riktas mot (5 § förvaltningslagen).

6.3 Gemensamma bestämmelser om sanktionsavgifter

Förslag: Ett beslut om sanktionsavgift ska delges den avgiftsskyldige.

En sanktionsavgift ska betalas till den myndighet som har beslutat avgiften, eller till en annan myndighet som denna myndighet anger, inom 30 dagar från det att beslutet om att ta ut avgiften har fått laga kraft eller inom den längre tid som anges i beslutet.

Om avgiften inte betalas i tid, ska myndigheten som skulle ta emot avgiften lämna den obetalda avgiften för indrivning enligt lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m.

Avgiften ska tillfalla staten.

En beslutad sanktionsavgift ska falla bort till den del beslutet om avgiften inte har verkställts inom fem år från det att beslutet fick laga kraft.

Skälen för förslaget: Möjligheten att besluta om sanktionsavgift bör kompletteras med bestämmelser om delgivning av beslut, betalning och preskription. Bestämmelserna bör gälla för såväl sanktionsavgifter som beslutas av Integritetsskyddsmyndigheten som av Mediemyndigheten.

På grund av sanktionsavgiftens ingripande karaktär bör ett beslut om sådan avgift delges den avgiftsskyldige enligt delgivningslagen (2010:1932).

En sanktionsavgift bör betalas till den myndighet som har beslutat avgiften, eller till en annan myndighet som denna myndighet anger, inom 30 dagar från det att beslutet om avgiften fick laga kraft eller inom den längre tid som anges i beslutet. Detta lämnar utrymme för en tillsynsmyndighet att överlåta åt exempelvis Kammarkollegiet att ta emot betalning.

Om avgiften inte betalas i tid, bör den myndighet som ska ta emot betalningen vara skyldig att lämna den obetalda avgiften för indrivning. Av 3 kap. 1 § 6 utsökningsbalken följer att en förvaltningsmyndighets beslut som innefattar betalningsskyldighet och som får överklagas som t.ex. förvaltningsbesvär utgör en exekutionstitel (prop. 2021/22:206 s. 36). Det saknas därför behov av en särskild bestämmelse om att verkställighet av ett beslut om utredningsavgift får ske enligt utsökningsbalken. Sanktionsavgifter bör tillfalla staten.

Det bör även införas en preskriptionstid för verkställighet av avgiften. Preskriptionstiden för motsvarande situation enligt den föreslagna lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster är fem år (prop. 2023/24:160). Detsamma gäller sanktionsavgifter enligt EU:s dataskyddsförordning (se 10 § förordningen (2018:219) med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning). En sanktionsavgift för överträdelser av EU:s förordning om politisk reklam bör preskriberas om verkställighet inte har skett inom fem år.

Bestämmelser om delgivning av beslut, betalning och preskription av sådan innebörd som beskrivits bör införas i kompletteringslagen.

7 Behörig domstol och överklagande

7.1 Behörig domstol

Förslag: Förvaltningsrätten i Stockholm ska vara rätt domstol i mål enligt EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen.

Mål om prövning av om en handling skyddas av advokaters tystnadsplikt ska avgöras av en lagfaren domare ensam.

Skälen för förslaget: EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen förutsätter att det görs ansökningar hos domstol när det gäller utdömande av förelagda viten och för prövning av om en handling omfattas av advokaters tystnadsplikt. Därtill kommer domstol att behöva pröva överklaganden av myndigheternas beslut enligt förordningen och kompletteringslagen. Förvaltningsrätten i Stockholm kommer med stöd av 14 § andra stycket lagen (1971:289) om allmänna förvaltningsdomstolar vara behörig att överpröva Mediemyndighetens och Integritetsskyddsmyndighetens beslut, men det saknas en allmänt tillämplig forumregel i ansökningsmål. Även dessa mål bör handläggas av Förvaltningsrätten i Stockholm. En sådan ordning är lämplig med hänsyn till att det sannolikt endast handlar om ett fåtal tillkommande överklaganden och då tillämpningen av förordningen om politisk reklam kräver kunskap om politiska reklamtjänster och de krav som förordningen ställer på sådana. Genom att alla mål som rör tillämpningen av förordningen om politisk reklam koncentreras till en förvaltningsrätt kan domstolen uppjobba särskild kompetens när det gäller innebörden i de krav som förordningen ställer. Detta bidrar till en ändamålsenlig, enhetlig och förutsebar tillämpning av förordningen i Sverige. Detsamma gäller i fråga om Kammarrätten i

Stockholm, som i förekommande fall överprövar förvaltningsrättens avgöranden.

Mål om prövning av om en handling omfattas av advokaters tystnadsplikt ska avgöras skyndsamt (se avsnitt 5.2.8). För att den skyndsamma handläggningen ska vara möjlig bör sådana mål få avgöras av en lagfaren domare ensam. Ett tillägg som möjliggör detta bör därför göras i 18 § lagen om allmänna förvaltningsdomstolar.

7.2 Överklagande

Förslag: Beslut enligt EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen ska få överklagas till allmän förvaltningsdomstol.

Prövningstillstånd ska krävas vid överklagande till kammarrätten.

Skälen för förslaget: Enligt skäl 106 i EU:s förordning om politisk reklam bör de behöriga myndigheternas utövande av sina befogenheter enligt förordningen omfattas av lämpliga rätts-säkerhetsgarantier i enlighet med unionsrätten och nationell rätt, inbegripet effektiva rättsmedel och rättssäkerhet. Den vanliga ordningen är att rätten till ett effektivt rättsmedel mot myndighetsbeslut uppnås genom möjligheten enligt 40 § förvaltningslagen att överklaga ett beslut till allmän förvaltningsdomstol. Denna ordning gäller även beslut som fattas med stöd av en EU-förordning. Det finns inte skäl att frångå den ordningen när det gäller beslut som myndigheterna, dvs. Mediemyndigheten och Integritetsskyddsmyndigheten, fattar med stöd av förordningen om politisk reklam och kompletteringslagen. Även om rätten till överklagande följer av förvaltningslagen bör det för att denna rätt ska bli tydlig för enskilda införas en särskild bestämmelse om överklagande i kompletteringslagen. Av denna bör det också framgå att det krävs prövningstillstånd vid överklagande till kammarrätten.

8 Informationsutbyte, sekretess och personuppgiftsbehandling

8.1 Sekretess och informationsutbyte

Bedömning: Behovet av sekretess för uppgifter som förvaras hos Mediemyndigheten och Integritetsskyddsmyndigheten vid tillsyn enligt EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen tillgodoses genom befintlig sekretessreglering.

Det bör införas en skyldighet för Mediemyndigheten, Integritetsskyddsmyndigheten, Post- och telestyrelsen och Konsumentverket att lämna de uppgifter till varandra som behövs för tillsynen enligt EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen. Skyldigheten bör regleras i förordning.

Skälen för bedömningen

Sekretess för uppgifter i Mediemyndighetens och Integritetsskyddsmyndighetens tillsynsverksamhet

Enligt offentlighetsprincipen har allmänheten rätt att få insyn i statens och kommunens verksamhet, bl.a. genom rätten att ta del av allmänna handlingar hos myndigheter (se 2 kap. 1 § tryckfrihetsförordningen). Begränsningar av rätten att ta del av allmänna handlingar regleras i offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) eller i lag som offentlighets- och sekretesslagen hänvisar till. Sekretess innebär ett förbud mot att röja en uppgift, vare sig det sker muntligen, genom utlämnande av en allmän handling eller på något annat sätt (3 kap. 1 §). Sekretess gäller både i förhållande till enskilda personer och andra myndigheter (8 kap. 1–2 §§). Sekretess gäller

också i förhållande till utländska myndigheter och mellanfolkliga organisationer (8 kap. 3 § offentlighets- och sekretesslagen).

Mediemyndigheten och Integritetsskyddsmyndigheten kommer inom ramen för tillsynen av efterlevnaden av EU:s förordning om politisk reklam behöva hantera ett stort antal uppgifter. Det kan handla om uppgifter som myndigheterna hämtar in från enskilda, exempelvis från tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Myndigheterna kan även få uppgifter från enskilda, exempelvis genom anmälningar av överträdelser. Även andra myndigheter, inklusive andra EU-länders myndigheter, kan lämna uppgifter.

Mediemyndigheten kommer inom ramen för sin tillsyn behöva hantera uppgifter om tillhandahållare av politiska reklamtjänster, sponsorer, personer som ytterst kontrollerar sponsorer och andra än sponsorer som lämnat ersättning för politiska reklammeddelanden (jfr artikel 12.1 a och b i förordningen om politisk reklam), liksom personer som antas höra till dessa kategorier. Uppgifterna kommer bl.a. att röra innehållet i politiska reklammeddelanden och enskilda personers koppling till sådana meddelanden. Kopplingen innebär därmed att det regelmässigt blir fråga om uppgifter som avslöjar enskildas politiska åsikter. Därtill kommer myndigheten behöva hantera uppgifter om enskildas ekonomiska förhållanden, främst när det gäller ersättningar och påstådda ersättningar för politiska reklamtjänster. Det kan förekomma uppgifter vars röjande skulle kunna innebära skada eller men för enskilda.

I 30 kap. 23 § första stycket offentlighets- och sekretesslagen finns bestämmelser som ger regeringen möjlighet att meddela föreskrifter om sekretess i en statlig myndighets verksamhet som består i bl.a. tillsyn med avseende på näringslivet. Enligt första punkten gäller sekretess för uppgift om en enskilds affärs- eller driftförhållanden, uppfinningar eller forskningsresultat, om det kan antas att den enskilde lider skada om uppgiften röjs. Enligt andra punkten gäller sekretess för uppgift om andra ekonomiska eller personliga förhållanden än som avses i första punkten, för den som har trätt i affärsförbindelse eller liknande förbindelse med den som är föremål för myndighetens verksamhet. Sekretessen enligt andra punkten är s.k. absolut sekretess, dvs. det ställs inte upp något skaderekvisit. För uppgift i en allmän handling gäller sekretessen i högst tjugo år. Regeringen har meddelat föreskrifter om i vilken

utsträckning den sekretessen gäller för statliga myndigheters verksamhet i 9 § offentlighets- och sekretessförordningen (2009:641)

Av punkt 101 i bilagan till offentlighets- och sekretessförordningen framgår att sekretessen enligt 30 kap. 23 § offentlighets- och sekretesslagen och 9 § offentlighets- och sekretessförordningen omfattar utredning, tillståndsgivning och tillsyn i Mediemyndighetens verksamhet, dock inte beslut i ärenden. Bestämmelsen bör omfatta den tillsyn av tillhandahållare av politiska reklamtjänster som Mediemyndigheten ska bedriva. Därigenom tillgodoses behovet av sekretess till skydd för enskilda i myndighetens verksamhet. Det behöver därför inte införas nya bestämmelser om sekretess för den tillsynsverksamheten.

Integritetsskyddsmyndigheten kommer att ansvara för tillsyn av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam. Myndigheten kan med hänsyn till regleringen i dessa artiklar behöva hantera känsliga personuppgifter i sin tillsyn. Hos Integritetsskyddsmyndigheten gäller sekretess enligt 32 kap. 1 § offentlighets- och sekretesslagen bl.a. i ärenden om tillsyn som enligt lag eller annan författning ska handläggas av myndigheten, för uppgift om en enskilds personliga eller ekonomiska förhållanden, om det kan antas att den enskilde eller någon närstående till denne lider skada eller men om uppgiften röjs. För uppgift i en allmän handling gäller sekretessen i högst sjuttio år. Behovet av sekretess hos Integritetsskyddsmyndigheten vid tillsyn enligt förordningen om politisk reklam bör därmed bli tillgodosett. Det behöver därför inte införas nya bestämmelser om sekretess för den tillsynsverksamheten.

När det gäller det allmännas intresse av att skydda myndigheternas tillsynsverksamhet från insyn finns det en relevant sekretessbestämmelse i 17 kap. 1 § offentlighets- och sekretesslagen. Enligt den bestämmelsen gäller sekretess för uppgift om planläggning eller andra förberedelser för sådan inspektion, revision eller annan granskning som en myndighet ska göra, om det kan antas att syftet med granskningsverksamheten motverkas om uppgiften röjs. Behovet av sekretess till skydd för Mediemyndighetens och Integritetsskyddsmyndighetens tillsynsverksamhet enligt förordningen om politisk reklam bör därmed bli tillgodosett. Det finns inte behov av någon ytterligare sekretessbestämmelse till skydd för den tillsynen.

Det finns sammanfattningsvis inte något behov av ytterligare sekretessbestämmelser för uppgifter i Mediemyndighetens och Integritetsskyddsmyndighetens tillsynsverksamhet enligt förordningen om politisk reklam och kompletteringslagen.

Sekretess och uppgiftsutbyte inom ramen för nationellt samarbete

Förordningen om politisk reklam kräver att medlemsstaterna säkerställer samordning och samarbete mellan de behöriga myndigheterna samt mellan dessa myndigheter och samordnare för digitala tjänster, i syfte att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte, bl.a. genom anmälningar av upptäckta överträdelser (jfr artikel 22.7 och 22.9 första meningen). I avsnitt 4.2.3 har det mot bakgrund av bl.a. bestämmelsen om samverkan i 8 § förvaltningslagen (2017:900) bedömts att det för närvarande inte bör vidtas några åtgärder för att åstadkomma samarbete mellan de berörda myndigheterna. Inom ramen för ett sådant samarbete kan dock Integritetsskyddsmyndigheten eller Mediemyndigheten behöva lämna sekretessbelagda uppgifter såväl sinsemellan som till Post- och telestyrelsen i egenskap av samordnare för digitala tjänster och tillsynsmyndighet när det gäller EU:s förordning om digitala tjänster. Integritetsskyddsmyndigheten och Mediemyndigheten kan även behöva utbyta uppgifter med andra svenska myndigheter, exempelvis Konsumentverket som är en behörig myndighet enligt EU:s förordning om digitala tjänster. Uppgiftsutbytet skulle bl.a. kunna syfta till att samordna utredningsåtgärder och andra åtgärder såsom sanktioner riktade mot specifika aktörer, exempelvis när det gäller leverantörer av förmedlingstjänster som även är tillhandahållare av politiska reklamtjänster.

De uppgifter om enskilda som kommer behöva utbytas kommer vara hänförliga till tillsynen av tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Bestämmelserna i 30 kap. 23 § offentlighets- och sekretesslagen erbjuder ett tillräckligt sekretesskydd för dessa uppgifter. Det kan noteras att den sekretessen, enligt 9 § offentlighets- och sekretessförordningen och punkt 15 och 99 i bilagan till förordningen, även omfattar vissa uppgifter i ärenden om tillsyn hos Konsumentverket och Post- och telestyrelsen.

Därutöver kan tänkas att myndigheterna kan komma att utbyta uppgifter som avser planerade tillsynsåtgärder. Den ovan redovisade bestämmelsen i 17 kap. 1 § offentlighets- och sekretesslagen bör vara tillräcklig för att tillgodose det allmänna intresset av att skydda myndigheternas verksamhet vid kontroll och inspektion.

Behovet av att utbyta sekretessbelagda uppgifter mellan nationella myndigheter i syfte att åstadkomma samordning och samarbete i tillsynen av förordningen om politisk reklam kan i viss mån tillgodoses genom en tillämpning av 10 kap. 2 § offentlighets- och sekretesslagen. Enligt den bestämmelsen får en myndighet utan hinder av sekretess lämna en uppgift till en annan myndighet, om det är nödvändigt för att den utlämnande myndigheten ska kunna fullgöra sin verksamhet. I sista hand bör även den s.k. generalklausulen i 10 kap. 27 § kunna tillämpas. En sekretessbelagd uppgift får med stöd av den bestämmelsen lämnas till en myndighet, om det är uppenbart att intresset av att uppgiften lämnas har företräde framför det intresse som sekretessen ska skydda.

Emellertid bör rutinmässigt utbyte av sekretessbelagda uppgifter mellan myndigheter i regel vara särskilt författningsreglerat (jfr prop. 1979/80:2 Del A, med förslag till sekretesslag m.m., s. 326 f.). Det kommer behövas ett rutinmässigt uppgiftsutbyte mellan Integritetsskyddsmyndigheten, Mediemyndigheten, Post- och telestyrelsen och Konsumentverket för tillsynen enligt förordningen om politisk reklam. Det kommer därmed inte vara tillräckligt att myndigheterna förlitar sig på 10 kap. 2 och 27 §§ offentlighets- och sekretesslagen. Det bör därför införas en bestämmelse om uppgiftsskyldighet mellan Mediemyndigheten, Integritetsskyddsmyndigheten, Post- och telestyrelsen och Konsumentverket. Innebörden i bestämmelsen bör vara att de fyra myndigheterna ska lämna de uppgifter till varandra som behövs för tillsynen enligt EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen. En sådan bestämmelse innebär till följd av 10 kap. 28 § offentlighets- och sekretesslagen att myndigheterna utan hinder av sekretess kan lämna uppgifter till varandra. Det är tillräckligt att uppgiftsskyldigheten regleras i förordning.

Sekretess och uppgiftsutbyte inom ramen för internationellt samarbete

Förordningen om politisk reklam innehåller bestämmelser om samarbete med myndigheter i andra medlemsstater inom EU. Samarbetet förutsätter utbyte av uppgifter av olika slag. Uppgifterna kommer att behöva lämnas både direkt till andra länders myndigheter och via samordnaren för digitala tjänster i Sverige, dvs. Post- och telestyrelsen.

I 15 kap. 1 a § offentlighets- och sekretesslagen finns bestämmelser om sekretess i det internationella samarbetet. Bestämmelserna omfattar bl.a. uppgifter som en myndighet har fått från ett utländskt organ på grund av en bindande EU-rättsakt eller som myndigheten har inhämtat i syfte att lämna dem till ett utländskt organ i enlighet med en sådan rättsakt. En ytterligare förutsättning för sekretessen är att det kan antas att Sveriges möjlighet att delta i det internationella samarbete som avses i rättsakten försämras om uppgiften röjs.

Enligt förarbetena gäller sekretessen enligt 15 kap. 1 a § bara om det finns en tydlig sekretessbestämmelse i den aktuella EU-rättsakten. Om så inte är fallet kommer en tillämpning av sekretessbestämmelserna normalt inte att aktualiseras även om en sådan inte utesluts av bestämmelsernas ordalydelse (prop. 2012/13:192 s. 35 och 44). Förordningen om politisk reklam innehåller inte några tydliga sekretessbestämmelser och därmed kommer 15 kap. 1 a § offentlighets- och sekretesslagen i princip inte att bli tillämplig.

Däremot kommer de bestämmelser om sekretess till skydd för enskilda som redovisats ovan att gälla även för uppgifter om enskilda som lämnas till svenska myndigheter inom ramen för samarbetet inom EU. När svenska myndigheter tar del av uppgifter från myndigheter i andra medlemsstater i syfte att ge sådana myndigheter bistånd eller genomföra gemensamma utredningar (artikel 23.3 och 23.8) bör den ovan redovisade bestämmelsen i 17 kap. 1 § offentlighets- och sekretesslagen bli tillämplig för uppgifterna hos den svenska myndigheten.

Uppgifter hos Integritetsskyddsmyndigheten och Mediemyndigheten som ska lämnas till andra länders myndigheter kommer i vissa fall att omfattas av sekretess. Det innebär att det måste finnas stöd i offentlighets- och sekretesslagen, eller i annan lag eller förordning som den lagen hänvisar till, för att uppgifterna ska kunna lämnas ut

till andra myndigheter (jfr 8 kap. 1 §). En uppgift för vilken sekretess gäller får inte röjas för en utländsk myndighet eller en mellanfolklig organisation, om inte utlämnandet sker i enlighet med särskild föreskrift i lag eller förordning (8 kap. 3 § 1).

En EU-förordning är direkt tillämplig och bör anses likställd med svensk lag (se t.ex. prop. 1999/2000:126 s. 272). Detta innebär att en uppgiftsskyldighet som följer av en sådan förordning får anses bryta sekretessen enligt 8 kap. 3 § offentlighets- och sekretesslagen (se bl.a. prop. 1999/2000:126 s. 160 och 283 samt prop. 2018/19:38 s. 88).

Vid den tillsyn som Integritetsskyddsmyndigheten ska ansvara för till följd av artikel 22.1 i förordningen om politisk reklam, ska kapitel VII i EU:s dataskyddsförordning tillämpas. Kapitlet reglerar samarbetet inom EU och innehåller bestämmelser om uppgiftslämnande som behövs för det samarbetet.

Vid Mediemyndighetens tillsyn av att leverantörer av förmedlingstjänster följer EU:s förordning om politisk reklam ska bestämmelserna i artikel 58.1–58.4 i EU:s förordning om digitala tjänster tillämpas. Bestämmelserna innehåller föreskrifter som reglerar det uppgiftsutbyte som Post- och telestyrelsen, i egenskap av samordnare för digitala tjänster, ska ha med samordnare i andra medlemsstater inom EU.

Vid gränsöverskridande samarbete inom ramen för Mediemyndighetens tillsyn i övrigt kommer bestämmelserna i artikel 23 i förordningen om politisk reklam att gälla. Bestämmelserna innehåller uppgifter om uppgiftsutbyte mellan behöriga myndigheter.

Den uppgiftsskyldighet som följer av EU-förordningarna är tillräcklig för att de berörda myndigheterna ska kunna utbyta relevanta uppgifter med varandra. Eftersom skyldigheten att utbyta viss information följer direkt av bestämmelser om uppgifts- och underrättelseskyldigheter i EU-förordning behöver det inte införas en särskild sekretessbrytande bestämmelse eller en uppgiftsskyldighet i nationell lagstiftning.

8.2 Förhållandet till dataskyddsregleringen

Bedömning: EU:s dataskyddsförordning och lagen med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning utgör tillräcklig reglering för den personuppgiftsbehandling som kommer att ske med anledning av EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen. Någon ytterligare reglering om denna behandling behöver således inte införas.

Skälen för bedömningen

EU:s dataskyddsförordning och dataskyddslagen

Dataskyddsförordningen innehåller den generella regleringen för personuppgiftsbehandling inom EU. Syftet med förordningen är att skydda fysiska personers grundläggande rättigheter och friheter, särskilt deras rätt till skydd för personuppgifter, och att främja det fria flödet av personuppgifter inom unionen.

För att behandling av personuppgifter ska vara laglig enligt EU:s dataskyddsförordning krävs att det finns en rättslig grund för behandlingen. De rättsliga grunderna räknas upp i artikel 6.1 i förordningen. Där anges att behandlingen är tillåten om den är nödvändig bl.a. för att fullgöra en rättslig förpliktelse som åvilar den personuppgiftsansvarige (c) och för att utföra en uppgift av allmänt intresse eller som ett led i den personuppgiftsansvariges myndighetsutövning (e). Enligt artikel 6.3 första stycket i förordningen ska grunden för behandlingen enligt artikel 6.1 c och e fastställas i unionsrätten eller en medlemsstats nationella rätt som den personuppgiftsansvarige omfattas av. I artikel 6.3 andra stycket anges bl.a. att syftet med behandlingen ska fastställas i den rättsliga grunden. I fråga om behandling enligt punkt 1 e ska syftet, om det inte är fastställt i den rättsliga grunden, vara nödvändigt för att utföra en uppgift av allmänt intresse eller som ett led i den personuppgiftsansvariges myndighetsutövning. I samma stycke anges även att unionsrätten eller medlemsstaternas nationella rätt ska uppfylla ett mål av allmänt intresse och vara proportionell mot det legitima mål som eftersträvas.

Kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning finns i lagen (2018:218) med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning (dataskyddslagen) och förordningen (2018:219) med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning. Enligt 2 kap. 2 § dataskyddslagen får personuppgifter behandlas med stöd av artikel 6.1 e i EU:s dataskyddsförordning, om behandlingen är nödvändig för att utföra en uppgift av allmänt intresse som följer av lag eller annan författning, av kollektivavtal eller av beslut som har meddelats med stöd av lag eller annan författning. Alla uppgifter som riksdag eller regeringen gett i uppdrag åt statliga myndigheter att utföra bedöms vara av allmänt intresse (se prop. 2017/18:105 s. 57).

När det gäller vissa typer av uppgifter ställs det särskilt höga krav i EU:s dataskyddsförordning för att de ska få behandlas. Enligt artikel 9.1 är det som huvudregel förbjudet med behandling av personuppgifter som avslöjar ras eller etniskt ursprung, politiska åsikter, religiös eller filosofisk övertygelse eller medlemskap i fackförening och behandling av genetiska uppgifter, biometriska uppgifter för att entydigt identifiera en fysisk person, uppgifter om hälsa eller uppgifter om en fysisk persons sexualliv eller sexuella läggning. Sådana uppgifter benämns i EU:s dataskyddsförordning särskilda kategorier av personuppgifter. I dataskyddslagen benämns de i stället känsliga personuppgifter (3 kap. 1 §). Det finns undantag från förbudet i artikel 9.2 a–j. Av artikel 9.2 g följer att behandling av känsliga uppgifter får utföras om behandlingen är nödvändig av hänsyn till ett viktigt allmänt intresse, på grundval av unionsrätten eller medlemsstaternas nationella rätt, vilken ska stå i proportion till det eftersträlvade syftet, vara förenligt med det väsentliga innehållet i rätten till dataskydd och innehålla bestämmelser om lämpliga och särskilda åtgärder för att säkerställa den registrerades grundläggande rättigheter och intressen. Enligt 3 kap. 3 § första stycket dataskyddslagen får en myndighet behandla känsliga uppgifter med stöd av artikel 9.2 g i EU:s dataskyddsförordning om uppgifterna har lämnats till myndigheten och behandlingen krävs enligt lag, om behandlingen är nödvändig för handläggningen av ett ärende, eller i annat fall, om behandlingen är nödvändig med hänsyn till ett viktigt allmänt intresse och inte innebär ett otillbörligt intrång i den registrerades personliga integritet.

I 1 kap. 6 § dataskyddslagen anges att om en annan lag eller förordning innehåller någon bestämmelse som avviker från den lagen, tillämpas den bestämmelsen.

Rättslig grund för behandling av personuppgifter

Såväl enskilda som myndigheter behöver behandla personuppgifter för att uppfylla kraven i förordningen om politisk reklam.

Tillhandahållare av politiska reklamtjänster behöver behandla uppgifter om fysiska personer som är sponsorer, som ytterst kontrollerar sponsorer eller som tillhandahåller ersättning för ett politiskt reklammeddelande (jfr artikel 12.1 a och b i förordningen om politisk reklam). De uppgifter som ska behandlas rör sådana personers identitet, inklusive kontaktuppgifter och ekonomiska förhållanden när det gäller lämnade ersättningar för politiska reklamtjänster. De rör även personernas politiska åsikter genom att de kopplas till politiska reklammeddelanden. Tjänstetillhandahållarna behöver även behandla uppgifter om enskilda för att kunna uppfylla kraven i artikel 15 i förordningen om politisk reklam om att tillhandahålla mekanismer för underrättelse från enskilda att ett visst politiskt reklammeddelande inte är förenligt med förordningen. Artikel 18, om annons- och inriktningsteknik som inbegriper behandling av personuppgifter, innebär däremot en begränsning av möjligheterna att behandla personuppgifter snarare än krav som föranleder ytterligare sådan behandling.

Utöver sådana personer som nämnts i föregående stycke kommer Mediemyndigheten för att kunna utföra sin tillsyn behöva behandla personuppgifter om andra personer som i olika skeden är inblandade när politiska reklamtjänster tillhandahålls. När det gäller uppgifter om personer som kopplas till politiska reklammeddelanden kan det bli fråga om uppgifter som avslöjar enskildas politiska åsikter, vilket utgör känsliga personuppgifter. Så kan bli t.ex. bli fallet när en fysisk person är sponsor eller på något annat sätt kopplad till ett politiskt budskap utan att personen vill att kopplingen ska komma fram. Utöver sådana uppgifter bör det kunna förekomma personuppgifter om såväl sponsorer som andra personer, inklusive känsliga personuppgifter, i en del av de politiska reklammeddelanden som myndigheten ska granska. Ett exempel på detta skulle kunna vara att någon

i ett politiskt reklammeddelande avslöjar politiska åsikter eller andra känsliga personuppgifter knutna till politiska motståndare.

Integritetsskyddsmyndigheten kommer i sina tillsynsärenden, utöver personuppgifter som rör de personer som omfattas av skyldigheterna enligt artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam, behöva behandla uppgifter om personer som varit föremål för inriktnings- och annonsleveransteknik enligt artikel 18 förordningen om politisk reklam, inklusive otillåten profilering med användande av känsliga personuppgifter enligt artikel 18.1 c. Det skulle t.ex. kunna handla om uppgifter om personer som har valts ut som mottagare av ett politiskt reklammeddelande baserat på deras etnicitet eller politiska åsikter.

Myndigheterna kommer även behöva behandla personuppgifter om enskilda som gjort anmälningar med stöd av artikel 24.

Myndigheterna kommer med hänsyn till kraven på nationell och internationell samordning i frågor som rör förordningen att behöva lämna och ta emot personuppgifter till andra svenska myndigheter och myndigheter i andra medlemsstater inom EU.

Därutöver kan tillämpningen av EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen leda till en viss ökad behandling av personuppgifter hos domstolar i samband med överklagande av de behöriga myndigheternas beslut och i samband med ansökan om utdömmande av vite. Inom ramen för tillsynen kan myndigheterna även ha behov av att rådgöra med andra myndigheter. Det kan komma att medföra viss ökad personuppgiftsbehandling vid dessa myndigheter. Det kan inte uteslutas att domstolar eller andra myndigheter i något fall kan komma att få del av känsliga uppgifter som hanteras av de behöriga myndigheterna vid tillsynen.

Tillhandahållare av politiska reklamtjänster behöver kunna behandla personuppgifter för att kunna fullgöra sina skyldigheter enligt förordningen om politisk reklam. De är även skyldiga att genom de avtal som ingås säkerställa att de kan följa förordningen, inklusive att de får tillgång till de uppgifter de behöver (se artikel 6.2 och 7.2). Det bör således regelmässigt finnas ett samtycke till behandlingen. Därmed finns det grund för behandlingen enligt artikel 6.1 a i EU:s dataskyddsförordning. Behandlingen bör även vara nödvändig för att fullgöra en rättslig förpliktelse som åvilar den personuppgiftsansvarige enligt artikel 6.1 c i samma förordning.

Tillsynsmyndigheterna behöver kunna behandla personuppgifter i sina respektive verksamheter för att kunna utföra sina befogenheter på ett korrekt, rättssäkert och effektivt sätt. Detsamma gäller den personuppgiftsbehandling som kan förekomma hos domstolar och andra myndigheter som en följd av tillsynsverksamheten. Tillsynsverksamheten syftar till att främja ett effektivt genomslag av förordningen om politisk reklam, som i sin tur bl.a. syftar till att öka transparensen när det gäller politisk reklam och stärka skyddet för den personliga integriteten när det gäller inriktnings- och annonsleveransteknik. Detta får anses utgöra ett viktigt allmänt intresse. Personuppgiftsbehandlingen kommer således att vara nödvändig för att utföra en uppgift av allmänt intresse. Därmed finns det rättslig grund för behandlingen enligt artikel 6.1 e i EU:s dataskyddsförordning.

Som framgår av avsnitt 8.1 innehåller EU:s förordning om politisk reklam även bestämmelser som innebär krav på myndigheterna att lämna uppgifter till myndigheter i andra medlemsstater inom EU. Den personuppgiftsbehandling som sker för att fullfölja sådan uppgiftsskyldighet som regleras i EU:s förordning om politisk reklam kommer därför även att vara nödvändig för att fullgöra en rättslig förpliktelse i enlighet med artikel 6.1 c i EU:s dataskyddsförordning.

De rättsliga grunderna kommer, genom regleringen i EU:s förordning om politisk reklam och kompletteringslagen att vara fastställda i unionsrätten eller i nationell rätt på det sätt som krävs enligt artikel 6.3 i EU:s dataskyddsförordning. Det finns därför rättslig grund att behandla personuppgifter för tillsynsmyndigheter, domstolar och övriga berörda myndigheter, liksom för tillhandahållare av politiska reklamtjänster.

Behandling av känsliga personuppgifter

Som nämnts kan tillhandahållare av politiska reklamtjänster och de berörda tillsynsmyndigheterna komma att behandla personuppgifter som är känsliga. I första hand gäller det uppgifter som avslöjar politiska åsikter men det kan inte uteslutas att det kommer röra sig även om andra känsliga personuppgifter (jfr artikel 9.1 i EU:s dataskyddsförordning). Det kan inte heller uteslutas att sådana

uppgifter kommer domstolar eller andra myndigheter till del. Sådana uppgifter är som huvudregel förbjudna att behandla. Undantag från förbudet finns i artikel 9.2 i EU:s dataskyddsförordning.

När det gäller tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör dessa kunna stödja sig på bestämmelsen i artikel 9.2 a om att känsliga personuppgifter får behandlas om den registrerade har gett sitt samtycke till behandlingen. I vissa fall bör det även vara möjligt att tillämpa bestämmelsen i artikel 9.2 e om att behandling av känsliga personuppgifter är tillåten om uppgifterna på ett tydligt sätt har offentliggjorts av den registrerade.

När det gäller myndigheterna bör dessa kunna stödja sig på undantaget i artikel 9.2 g i EU:s dataskyddsförordning som kompletteras av 3 kap. 3 § dataskyddslagen. Enligt 3 kap. 3 § dataskyddslagen får känsliga personuppgifter behandlas av en myndighet med stöd av artikel 9.2 g i EU:s dataskyddsförordning om uppgifterna har lämnats till myndigheten och behandlingen krävs enligt lag, t.ex. bestämmelser om hantering av allmänna handlingar. Känsliga personuppgifter får också behandlas om behandlingen är nödvändig för handläggningen av ett ärende. En myndighet får därutöver behandla känsliga personuppgifter om behandlingen är nödvändig med hänsyn till ett viktigt allmänt intresse och inte innebär ett otillbörligt intrång i den registrerades personliga integritet. Enligt 3 kap. 3 § andra stycket dataskyddslagen uppställs dock ett förbud mot att utföra sökningar i syfte att få fram ett urval av personer grundat på känsliga personuppgifter.

I den mån känsliga personuppgifter behöver behandlas i tillsynen av efterlevnaden av förordningen om politisk reklam kommer behandlingen att vara nödvändig för handläggning av ärenden hos domstolar och de andra berörda myndigheterna. Den tillsynsverksamhet som de behöriga myndigheterna ska bedriva enligt EU:s förordning om politisk reklam är nödvändig med hänsyn till det viktiga allmänna intresset av att främja transparens när det gäller politisk reklam och att stärka skyddet för den personliga integriteten när det gäller inriktnings- och annonsleveransteknik. Även behandlingen av känsliga personuppgifter kan därmed vara nödvändig med hänsyn till ett viktigt allmänt intresse, förutsatt att behandlingen inte innebär ett otillbörligt intrång i den registrerades personliga integritet. Bestämmelsen i 3 kap. 3 § dataskyddslagen bedöms sammantaget vara tillräcklig för den behandling av känsliga person-

uppgifter som kan komma att ske hos domstolarna och berörda myndigheter. Därutöver finns ett visst sekretesskydd (se avsnitt 8.1). Något behov av andra skyddsåtgärder i fråga om tillsynsmyndigheternas möjlighet att behandla känsliga personuppgifter har inte identifierats.

9 Ikraftträdande- och övergångsbestämmelser

Förslag: Kompletteringslagen ska träda i kraft den 10 oktober 2025.

En sanktionsavgift ska få beslutas endast för sådana åsidosättanden av skyldigheter som har skett efter ikraftträdandet.

Skälen för förslaget: EU:s förordning om politisk reklam ska enligt artikel 30.2 börja tillämpas från och med den 10 oktober 2025, med undantag för artikel 3 och 5.1 som ska tillämpas från och med dagen för förordningens ikraftträdande. Kompletteringslagen bör därför träda i kraft den 10 oktober 2025.

Av artikel 25.6 i förordningen om politisk reklam följer att det kan beslutas sanktionsavgifter för överträdelser av artiklarna 18 och 19 (se avsnitt 6.1). I avsnitt 6.2 finns förslag till bestämmelser om sanktionsavgifter för överträdelser av vissa andra artiklar. Det bör inte vara möjligt att besluta en sanktionsavgift för tiden innan kompletteringslagen har trätt i kraft. Det bör därför införas en övergångsbestämmelse som innebär att en sanktionsavgift ska få beslutas endast för sådana åsidosättanden av skyldigheter som har skett efter ikraftträdandet.

10 Konsekvenser

Bedömning: Förslagen innebär utökade och delvis nya arbetsuppgifter för Mediemyndigheten som kräver allokering av resurser. Även Integritetsskyddsmyndigheten, Post- och telestyrelsen, Valmyndigheten och de allmänna förvaltningsdomstolarna berörs av förslagen. De kostnadsökningar som förslagen medför för dessa myndigheter och domstolar bör kunna hanteras inom befintliga ekonomiska ramar.

Skälen för bedömningen

Konsekvenser för Mediemyndigheten

Mediemyndigheten föreslås utses till tillsynsmyndighet när det gäller efterlevnaden av förordningen om politisk reklam, med undantag för efterlevnaden av artiklarna 18 och 19.

Förslaget innebär en inte obetydlig utökning av myndighetens nuvarande tillsynsansvar. Kretsen av aktörer och arenor som omfattas av myndighetens tillsyn kommer utökas. Myndighetens nuvarande område omfattar främst en del av de aktörer som kan utgöra utgivare av politisk reklam. Förordningen om politisk reklam täcker även aktörer före utgivarna i kedjan av verksamheter, exempelvis reklam- och PR-byråer. Förordningen om politisk reklam är teknikneutral, vilket innebär att tillsynsområdet kommer omfatta både offline- och onlineverksamhet och såväl traditionella medier som till exempel influerare.

Utöver att vidta tillsynsåtgärder innefattar uppdraget som behörig myndighet hantering av klagomål från enskilda och uppmuntrande av frivilliga uppförandekoder i fråga om

förordningens märknings- och transparenskrav. Mediemyndigheten föreslås därutöver även få i uppgift att

- föra register över rättsliga företrädare för tillhandahållare av politiska reklamtjänster från tredjeland som är registrerade i Sverige
- vara nationell kontaktpunkt och i denna egenskap ha kontakter med kommissionen och tillsynsmyndigheter i andra EU-länder
- rapportera till kommissionen om beslutade sanktionsavgifter.

Förslagen innebär sammanfattningsvis utökade och delvis nya arbetsuppgifter för Mediemyndigheten som kräver allokering av resurser. Det är dock svårt att bedöma hur stort resursbehovet initialt kommer vara, bl.a. med hänsyn till att kunskapen om förekomsten av politiska reklamtjänster i Sverige är begränsad. .

Konsekvenser för övriga myndigheter och de allmänna förvaltningsdomstolarna

Integritetsskyddsmyndigheten får ansvar för att övervaka efterlevnaden av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam. Kraven enligt dessa artiklar innebär en skärpning i förhållande till EU:s allmänna dataskyddsförordning, men innebär inte en utökning av kretsen av tillsynsobjekt eller i övrigt nya uppgifter. Med hänsyn till detta bör det nya ansvaret kunna hanteras inom myndighetens befintliga ekonomiska ramar.

Post- och telestyrelsen får i egenskap av samordnare av digitala tjänster enligt EU:s förordning om digitala tjänster en viss samordnande roll när det gäller tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster, främst i förhållande till svenska och utländska behöriga myndigheter enligt förordningen om digitala tjänster. I propositionen Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster (prop. 2023/24:160) konstateras att de nya uppdragen enligt förordningen om digitala tjänster förväntas leda till ett ökat resursbehov för Post- och telestyrelsen med 24 miljoner kronor årligen, som bedöms rymmas inom befintliga ekonomiska ramar. Även de tillkommande uppgifterna när det gäller förordningen om

politisk reklam bör kunna hanteras inom befintliga ekonomiska ramar.

Valmyndigheten får i uppdrag att offentliggöra och, till en portal som kommissionen ansvarar för, rapportera vissa uppgifter om val och folkomröstningar. Med hänsyn till att uppdraget är av begränsad omfattning och avser uppgifter som är lättillgängliga för myndigheten bör uppdraget kunna hanteras inom befintliga ekonomiska ramar.

Förslagen innebär även att nya måltyper läggs på de allmänna förvaltningsdomstolarna. De beslut som kommer att kunna prövas av domstolarna omfattar ett brett tillsynsområde som träffar många aktörer. Vidare kan de vites- och sanktionsbeslut som överprövas av domstolarna komma att avse betydande belopp, vilket kan påverka målens omfång och komplexitet. Det finns alltså osäkerhetsfaktorer i den framtida måltillströmningen, både i form av antal domstolsprövningar och i fråga om bredd på frågorna som gör konsekvenserna för domstolarna svårbedömda. Den ökade måltillströmningen bedöms dock sammantaget bli relativt begränsad och de ökade kostnader som kan uppkomma med anledning av detta bör kunna hanteras inom befintliga ekonomiska ramar för Sveriges Domstolar.

Ekonomiska konsekvenser för företag

Förordningen om politisk reklam innehåller en rad skyldigheter för de företag som är tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Konsekvenserna av dessa skyldigheter är dock en följd av förordningen i sig, inte av förslagen i denna promemoria. Förslagen i promemorian innebär endast att åsidosättanden av skyldigheterna kan föranleda administrativa sanktioner, i form av antingen vitesföreläggande eller sanktionsavgift. Förslagen medför alltså inte några nya skyldigheter för företagen eller i övrigt något som bör innebära ekonomiska konsekvenser för dessa.

Konsekvenser ur ett rättighetsperspektiv

Förordningen om politisk reklam innebär krav på att vissa budskap ska föras med ytterligare information. Det rör sig om budskap som

i sig omfattas av skyddet för yttrande- och informationsfriheten. Förslagen i denna promemoria tillför emellertid inte några nya skyldigheter för enskilda utan endast de bestämmelser som behövs för att förordningen om politisk reklam ska få ett effektivt genomslag i Sverige. Som framgår av avsnitt 3.2 är bedömningen att förordningen kan tillämpas på ett sätt som är förenligt med tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen. Förslagen om myndigheternas befogenheter och sanktionssystemet är även proportionerliga i förhållande till yttrande- och informationsfriheten och övriga fri- och rättigheter enligt regeringsformen, Europakonventionen och EU:s rättighetsstadga.

Övriga konsekvenser

Förslagen kommer att bidra till att förordningen om politisk reklam får ett mer effektivt genomslag i Sverige. Därmed ökar möjligheterna att uppnå syftet med förordningen, dvs. att åstadkomma ökad transparens när det gäller politisk reklam och stärkt skydd av den personliga integriteten vid användning av inriktnings- och annonsleveransteknik.

11 Författningskommentar

11.1 Förslaget till lag med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam

Inledande bestämmelser

Lagens syfte

1 § Denna lag kompletterar Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2024/900 av den 13 mars 2024 om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam, i denna lag kallad EU:s förordning om politisk reklam.

Paragrafen anger lagens innehåll. Övervägandena finns i avsnitt 3.2.

I paragrafen anges att lagen kompletterar EU:s förordning om politisk reklam. Det innebär att lagen inte kan tillämpas fristående från förordningen.

Ord och uttryck i lagen

2 § Ord och uttryck i denna lag har samma betydelse som i EU:s förordning om politisk reklam.

Paragrafen innehåller en bestämmelse om betydelsen av ord och uttryck i lagen. Övervägandena finns i avsnitt 3.2.

Av paragrafen framgår att de ord och uttryck som används i lagen ska förstås på samma sätt som i EU:s förordning om politisk reklam.

Hänvisningen till förordningen är dynamisk och avser alltså förordningen i den vid varje tidpunkt gällande lydelsen.

3 § Med *EU:s förordning om digitala tjänster* avses i denna lag Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster).

Med *EU:s dataskyddsförordning* avses i denna lag Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

I paragrafen definieras de kortformer av EU-förordningar som nämns på andra ställen i lagen. Övervägandena finns i avsnitt 3.2.

Första stycket innebär att Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster) i denna lag benämns EU:s förordning om digitala tjänster.

Andra stycket innebär att Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) benämns EU:s dataskyddsförordning.

Tillsyn och sanktioner

Behörig myndighet

4 § Den eller de myndigheter som regeringen bestämmer är behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam.

I artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam finns bestämmelser om att de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i EU:s förordning om politisk reklam.

Paragrafen behandlar frågor om tillsynsmyndighet enligt lagen och behöriga myndigheter enligt EU:s förordning om politisk reklam. Övervägandena finns i avsnitt 4.1.1 och 4.1.2.

I *första stycket* finns en upplysning om att den eller de myndigheter som regeringen bestämmer är behörig myndighet enligt artikel 22.3 och 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam.

I *andra stycket* finns en upplysningsbestämmelse om att det i artikel 22.1 i EU:s förordning om politisk reklam finns bestämmelser om att de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i förordningen om politisk reklam. Integritetsskyddsmyndigheten är tillsynsmyndighet enligt artikel 51 i dataskyddsförordningen (se 2 a § andra stycket förordningen [2007:975] med instruktion för Integritetsskyddsmyndigheten). Behörig myndighet enligt artikel 22.1 utses således inte genom denna lag. Delar av lagen är dock relevant även för den myndigheten, dvs. för Integritetsskyddsmyndigheten. I 14 § finns en bestämmelse som ska tillämpas enbart av Integritetsskyddsmyndigheten. Dessutom finns det i 15–19 §§ bestämmelser som har betydelse både för den behöriga myndighet regeringen har utsett och för Integritetsskyddsmyndigheten.

Hänvisningarna till förordningen är dynamiska och avser alltså förordningen i den vid varje tidpunkt gällande lydelsen.

Befogenheter och åtgärder

5 § Utöver de befogenheter som följer av artikel 51.1 a och c och 51.2 första stycket a i EU:s förordning om digitala tjänster får den behöriga myndigheten vid tillsynen av leverantörer av förmedlingstjänster enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam

1. utföra inspektioner i enlighet med artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster,
2. beordra att överträdelse upphör och besluta om avhjälpan åtgärder i enlighet med artikel 51.2 första stycket b i samma förordning,
3. ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 51.2 första stycket c i samma förordning och denna lag, och
4. förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 51.2 första stycket d i samma förordning och denna lag.

Paragrafen reglerar befogenheter för den behöriga myndigheten enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.1–5.2.7.

Enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam ska artikel 51 i EU:s förordning om digitala tjänster gälla i tillämpliga delar för behöriga myndigheters befogenheter vid tillsynen av att leverantörer av förmedlingstjänster i tillämpliga fall följer artiklarna 7–17 och 21 i förordningen om politisk reklam. I 4 § i denna lag finns en upplysning om att regeringen utser behörig myndighet enligt artikel 22.3.

I paragrafen finns inledningsvis en upplysning om vissa befogenheter den behöriga myndigheten har enligt de bestämmelser i artikel 51 i EU:s förordning för digitala tjänster som är tillämpliga enligt artikel 22.3 i förordningen om politisk reklam. Det rör sig om befogenheter enligt sådana bestämmelser som är direkt tillämpliga, dvs. som inte lämnar utrymme för medlemsstaten att göra vägval i fråga om vilken typ av myndighet (tillsynsmyndighet eller domstol) som ska ges befogenheten eller vilken befogenhet som ska ges.

I de bestämmelser som den inledande upplysningen avser framgår följande. Behöriga myndigheter har enligt artikel 51.1 a i EU:s förordning om digitala tjänster befogenhet att ålägga leverantörer av förmedlingstjänster och vissa andra personer att tillhandahålla information om en misstänkt överträdelse. Med stöd av artikel 51.1 c får behöriga myndigheter be varje anställd eller företrädare för leverantörerna eller andra utpekade personer att förklara all information som rör en misstänkt överträdelse. I artikel 51.2 första stycket a ges behöriga myndigheter rätt att godkänna åtaganden från leverantören och göra dem bindande. Utöver de i paragrafen omnämnda bestämmelserna finns det i artikel 16 i förordningen om politisk reklam direkt tillämpliga bestämmelser om befogenhet för behöriga myndigheter att begära att tillhandahållare av politiska reklam-tjänster överför viss information till myndigheterna.

Efter den inledande upplysningen i paragrafen anges de befogenheter som denna lag med stöd av artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam och artikel 51 i EU:s förordning om digitala tjänster ger den behöriga myndigheten. Det avser befogenheter där förordningen lämnar utrymme för medlemsstaterna att välja mellan att ge befogenheten direkt till en behörig myndighet eller att ge myndigheten befogenhet att begära att andra myndigheter eller domstol beslutar om, exempelvis en viss undersökningsåtgärd.

Inför ett beslut om åtgärd bör myndigheten särskilt beakta om åtgärden riskerar att påverka enskildas grundläggande rättigheter,

inbegripet yttrande- och informationsfriheten samt mediernas frihet och mångfald. I situationer där de relevanta grundläggande rättigheterna står i strid med varandra bör tillsynsmyndigheten uppnå en rättvis balans mellan de berörda rättigheterna, i enlighet med proportionalitetsprincipen (se skäl 153 i EU:s förordning om digitala tjänster). Utövandet av befogenheterna enligt förordningen får endast vidtas i enlighet med rätten till respekt för privatlivet och rätten till försvar, inbegripet rätten att höras och rätten till tillgång till handlingar i ärendet, och med effektiva rättsmedel för alla berörda parter (se artikel 51.6 och skäl 116 i EU:s förordning om digitala tjänster). Utövandet av myndighetens befogenheter får inte heller strida mot tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen, exempelvis förbuden mot censur och andra hindrande åtgärder. Detta följer redan av principen att grundlag har företräde framför vanlig lag. Myndigheten har även att beakta den proportionalitetsprincip som enligt 5 § tredje stycket förvaltningslagen (2017:900) gäller vid ingripanden i ett enskilt intresse.

Hänvisningarna till förordningarna är dynamiska. Det innebär att de avser förordningarna i de vid varje tidpunkt gällande lydelserna.

Enligt *första punkten* får den behöriga myndigheten utföra inspektioner i enlighet med artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster. Inspektioner får enligt artikeln utföras av lokaler som används av leverantörer av förmedlingstjänster och andra personer som avses i artikel 51.1 a för syften relaterade till deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet. De personer som avses i artikel 51.1 a är personer som agerar för ändamål som rör deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet och som rimligen kan ha kännedom om information om en misstänkt överträdelse av denna förordning, inklusive organisationer som utför sådana revisioner som avses i artiklarna 37 och 75.2 i EU:s förordning om digitala tjänster. Bestämmelsen innebär inte något hinder för myndigheten att få tillträde till lokalen på frivillig och informell väg, t.ex. genom en muntlig förfrågan (jfr prop. 2019/20:120 s. 105). Bestämmelsen ger inte den behöriga myndigheten någon möjlighet att tvångsvis bereda sig tillträde till en lokal. I 7 § finns dock bestämmelser som ger myndigheten befogenhet att förelägga personer att ge myndigheten tillgång till lokaler.

Enligt *andra punkten* får den behöriga myndigheten beordra att överträdelser upphör och besluta om avhjälpande åtgärder i enlighet

med artikel 51.2 första stycket b i EU:s förordning om digitala tjänster. Med överträdelser avses såväl överträdelser av förordningen som överträdelser av åtaganden som har gjorts bindande enligt artikel 51.2 första stycket a i samma förordning och denna lag. Av artikel 51.2 andra stycket följer att myndigheten får besluta de förelägganden som behövs för att den ska kunna utöva sina befogenheter enligt förordningen eller denna lag.

Enligt *tredje punkten* får den behöriga myndigheten ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 51.2 första stycket c i EU:s förordning om digitala tjänster och denna lag. I förordningen används dock uttrycket böter. Sanktionsavgift är en administrativ sanktion som myndigheten får besluta i vissa fall. I 11–13 och 15–17 §§ finns ytterligare bestämmelser som är tillämpliga vid beslut om sanktionsavgift enligt punkten, se författningskommentarerna till de paragraferna.

Enligt *fjärde punkten* får den behöriga myndigheten förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 51.2 första stycket d i EU:s förordning om digitala tjänster och denna lag. Befogenheten att förena ett föreläggande med vite gäller inte vid befogenheten att be vissa personer att förklara information enligt artikel 51.1 c i EU:s förordning om digitala tjänster. I 10 § regleras gränsen för vitesbeloppet, se författningskommentaren till den paragrafen.

Den behöriga myndigheten och domstolar ska vid sin tillämpning av befogenheten att förena föreläggande med vite iaktta skyddet för den enskildes fri- och rättigheter. Det kan t.ex. innebära att ett föreläggande att tillhandahålla information inte bör förenas med vite om det rör en överträdelse av förordningen som kan jämföras med en brottsanklagelse i den mening som avses vid tillämpningen av artikel 6 i Europeiska konventionen om skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna. Förelägganden får inte heller utformas på ett sätt som strider mot tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen.

6 § Utöver de befogenheter som följer av artikel 22.5 a–c och g i EU:s förordning om politisk reklam får den behöriga myndigheten

1. utföra inspektioner i enlighet med artikel 22.5 h i samma förordning,
2. besluta om avhjälpande åtgärder i enlighet med artikel 22.5 f i samma förordning,
3. ta ut sanktionsavgifter i enlighet med artikel 22.5 d i samma förordning och denna lag, och

4. förena förelägganden med vite i enlighet med artikel 22.5 e i samma förordning och denna lag.

Paragrafen anger de befogenheter den behöriga myndigheten har vid tillsyn enligt artikel 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.1, 5.2.2 och 5.2.4–5.2.7.

Av artikel 22.5 i EU:s förordning om politisk reklam framgår de befogenheter som en behörig myndighet som utsetts enligt artikel 22.4 ska ha. I 4 § i denna lag finns en upplysning om att regeringen utser behörig myndighet enligt artikel 22.4. Av den artikeln framgår att den behöriga myndighetens ansvar avser tillämpningen och efterlevnaden av de aspekter av förordningen som inte avses i artikel 22.1 eller 22.3.

I paragrafen finns inledningsvis en upplysning om de befogenheter som den behöriga myndigheten har enligt de bestämmelser i artikel 22.5 i EU:s förordning om politisk reklam som är direkt tillämpliga, dvs. som inte lämnar utrymme för medlemsstaten att göra vägval i fråga om vilken typ av myndighet (tillsynsmyndighet eller domstol) som ska ges befogenheten eller vilken befogenhet som ska ges.

Behöriga myndigheter har enligt artikel 22.5 a befogenhet att begära tillgång till uppgifter, handlingar eller nödvändig information, särskilt från sponsorn eller de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, som de behöriga myndigheterna ska använda enbart för att övervaka och bedöma efterlevnaden av förordningen, i enlighet med relevant lagstiftning om skydd av personuppgifter och skydd av konfidentiell information. Med stöd av artikel 22.5 b får behöriga myndigheter utfärda varningar till tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller bristande fullgörande av skyldigheterna enligt förordningen. Behöriga myndigheter får även enligt artikel 22.5 c beordra att överträdelse upphör och kräva att sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster vidtar nödvändiga åtgärder för efterlevnaden av förordningen. Därtill får behöriga myndigheter enligt artikel 22.5 g publicera ett uttalande som identifierar den eller de juridiska och fysiska personer som är ansvariga för överträdelsen av en skyldighet som fastställs i förordningen och överträdelsens karaktär. Utöver de i paragrafen omnämnda bestämmelserna finns det i artikel 16 i förordningen om politisk reklam direkt tillämpliga bestämmelser

om befogenhet för behöriga myndigheter att begära att tillhandahållare av politiska reklamtjänster överför viss information till myndigheterna.

Efter den inledande upplysningen anges de befogenheter som denna lag med stöd av artikel 22.5 i EU:s förordning om politisk reklam ger den behöriga myndigheten. Det avser befogenheter där förordningen lämnar utrymme för medlemsstaterna att välja mellan att ge befogenheten direkt till en behörig myndighet eller att ge myndigheten befogenhet att begära att andra myndigheter eller domstol beslutar om, exempelvis en viss undersökningsåtgärd. I punktuppställningen anges också de kompletterande befogenheter som tillkommer för att säkerställa att tillsynsmyndigheten kan utöva de befogenheter som förordningen fastställer, exempelvis att ta ut sanktionsavgifter.

Liksom när det gäller beslut enligt 5 § bör den behöriga myndigheten inför ett beslut om åtgärd särskilt beakta om åtgärden riskerar att påverka enskildas grundläggande rättigheter, inbegripet yttrande- och informationsfriheten samt mediernas frihet och mångfald. Utövandet av myndighetens befogenheter får inte heller strida mot tryckfrihetsförordningen och yttrandefrihetsgrundlagen. Samma överväganden behöver i dessa avseenden göras vid beslut enligt denna paragraf som vid beslut enligt 5 §, se därför kommentaren till den paragrafen.

De åtgärder som myndigheten vidtar ska enligt artikel 22.4 sista meningen i förordningen om politisk reklam vara nödvändiga och proportionella. Myndigheten har även att beakta den proportionalitetsprincip som enligt 5 § tredje stycket förvaltningslagen (2017:900) gäller vid ingripanden i ett enskilt intresse.

Hänvisningarna till förordningen är dynamiska. Det innebär att de avser förordningarna i de vid varje tidpunkt gällande lydelseerna.

Första punkten är utformad på samma sätt som motsvarande punkt i 6 §, se därför kommentaren till den punkten. Inspektioner enligt artikel 22.5 h i EU:s förordning om politisk reklam får utföras i lokaler som tillhandahållare av politiska reklamtjänster använder för syften kopplade till deras närings-, företags-, hantverks- eller yrkesverksamhet.

Andra punkten motsvarar andra punkten i 5 § med den skillnaden att artikel 22.5 f i förordningen om politisk reklam inte anger att den behöriga myndigheten får beordra att överträdelser upphör. Dock

har den behöriga myndigheten en sådan befogenhet enligt bestämmelsen i artikel 22.5 c. Artikel 22.5 c är direkt tillämplig och omnämns därför endast i inledningen till denna paragraf. I övrigt, se kommentaren till 5 § 2.

Tredje och fjärde punkten motsvaras av tredje respektive fjärde punkten i 5 §, se kommentaren till de bestämmelserna.

Föreläggande inför inspektion

7 § Den behöriga myndigheten får om det behövs för myndighetens tillsyn enligt artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam förelägga personer som omfattas av artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster att hålla lokaler tillgängliga för inspektion. Detsamma gäller vid myndighetens tillsyn enligt artikel 22.4 i EU:s förordning om politisk reklam i fråga om personer som omfattas av artikel 22.5 h i samma förordning. Ett föreläggande om att hålla lokaler tillgängliga får förenas med vite.

I samband med inspektionen får myndigheten ta del av de handlingar som behövs för tillsynen.

Paragrafen reglerar den behöriga myndighetens befogenheter när det gäller inspektioner. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.4.

I *första stycket* finns i första och andra meningen bestämmelser som ger den behöriga myndigheten möjlighet att förelägga vissa personer att hålla vissa lokaler tillgängliga för inspektion. Det rör sig om personer och lokaler som omfattas av bestämmelserna om inspektion i artikel 51.1 b i EU:s förordning om digitala tjänster respektive artikel 22.5 h i EU:s förordning om politisk reklam. Den behöriga myndighetens befogenhet att utföra inspektioner finns i 5 § 1 respektive 6 § 1. Ett föreläggande om att hålla lokaler tillgängliga får enligt tredje meningen förenas med vite.

Enligt *andra stycket* får den behöriga myndigheten i samband med inspektionen ta del av de handlingar som behövs för tillsynen. Med ”handling” avses en handling enligt tryckfrihetsförordningens definition. I befogenheten ingår en rätt att undersöka handlingen – oberoende av lagringsmedium – eller att få en kopia av den (jfr prop. 2019/20:120 s. 54).

En inspektion ska vara förenlig med proportionalitetsprincipen enligt 5 § tredje stycket förvaltningslagen. Det bör i princip aldrig

vara aktuellt att genomföra en inspektion på en redaktion (jfr prop. 2016/17:22 s. 156 och 157 samt prop. 2023/24:160 s. 47 och 48).

Paragrafen är utformad med förebild i 44 och 45 §§ marknadsföringslagen (2008:486).

Hänvisningarna till förordningen är dynamiska. Det innebär att de avser förordningen i den vid varje tidpunkt gällande lydelsen.

Handlingar som omfattas av advokaters tystnadsplikt

8 § Undersökningsåtgärder i enlighet med artiklarna 22.5 a eller h eller 23.3 i EU:s förordning om politisk reklam och denna lag som den behöriga myndigheten vidtar får inte avse en skriftlig handling vars innehåll kan antas vara sådant att en advokat eller en advokats biträde inte får höras som vittne om innehållet och som innehas av advokaten eller biträdet eller av den som tystnadsplikten gäller till förmån för.

Om myndigheten anser att en viss handling bör omfattas av undersökningsåtgärden och den som åtgärden avser åberopar att handlingen är skyddad enligt första stycket, ska myndigheten omedelbart försegla handlingen och skyndsamt överlämna den till allmän förvaltningsdomstol. Domstolen ska utan dröjsmål pröva om handlingen ska omfattas av undersökningsåtgärden.

Paragrafen innehåller bestämmelser om hur skriftliga handlingar som kan antas innehålla uppgifter som omfattas av advokaters tystnadsplikt ska hanteras vid undersökningsåtgärder. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.8.

Av *första stycket* framgår att undersökningsåtgärder som den behöriga myndigheten vidtar inte får avse en skriftlig handling om innehållet kan antas vara sådant att en advokat eller en advokats biträde inte får höras som vittne om innehållet. En ytterligare förutsättning för förbudet mot sådana undersökningsåtgärder är att handlingen innehas av advokaten eller biträdet eller av den som tystnadsplikten gäller till förmån för.

I första stycket hänvisas till de relevanta bestämmelserna om undersökningsåtgärder i EU:s förordning om politisk reklam. När det gäller tillsyn av leverantörer av förmedlingstjänster finns det en bestämmelse om behörig myndighets befogenheter i artikel 22.3. Enligt den artikeln ska artikel 51 i EU:s förordning om digitala tjänster gälla i tillämpliga delar för befogenheterna. I första punkten i den artikeln finns det bestämmelser om undersökningsåtgärder.

För övriga fall finns det bestämmelser om undersökningsåtgärder i artikel 22.5 a och h i EU:s förordning om politisk reklam. Hänvisningarna till förordningarna är dynamiska. Det innebär att de avser förordningarna i de vid varje tidpunkt gällande lydelsena.

Enligt *andra stycket* ska den behöriga myndigheten om myndigheten anser att en viss handling bör omfattas av ett föreläggande om information eller inspektion och den som åtgärden avser återoppar att handlingen är skyddad av advokaters tystnadsplikt, omedelbart försegla handlingen och skyndsamt överlämna den till allmän förvaltningsdomstol. Domstolen ska utan dröjsmål pröva om handlingen ska omfattas av undersökningsåtgärden. Domstolens sammansättning vid avgörande av denna måltyp regleras i 18 § lagen om allmänna förvaltningsdomstolar, se författningskommentaren till den paragrafen.

Paragrafen utformas i nära anslutning till 5 kap. 11 § konkurrenslagen (2008:579).

Återkallande av åtaganden

9 § Den behöriga myndigheten får ändra eller återkalla ett beslut som innebär att ett åtagande godkänts och gjorts bindande med stöd av artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam och 51.2 första stycket a i EU:s förordning om digitala tjänster, om

1. sakförhållandena som låg till grund för beslutet har ändrats,
2. den som beslutet avser agerar i strid med sitt åtagande, eller
3. beslutet grundade sig på ofullständig, oriktig eller vilseledande information som tillhandahållits av leverantören eller andra fysiska eller juridiska personer som agerar för ändamål som rör deras handels-, närings-, hantverks- eller yrkesverksamhet, vilka rimligen kan ha kännedom om information om en misstänkt överträdelse, inklusive organisationer som utför sådana revisioner som avses i artiklarna 37 och 75.2 i samma förordning.

Paragrafen anger i vilka fall den behöriga myndigheten får ändra eller återkalla ett beslut om åtagande. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.3.

Av artikel 22.3 i EU:s förordning om politisk reklam och artikel 51.2 första stycket a i EU:s förordning om digitala tjänster följer att en tillsynsmyndighet har befogenhet att godkänna de åtaganden som erbjuds av en leverantör av en förmedlingstjänst när det gäller leverantörens efterlevnad av förordningen och att göra dessa

åtaganden bindande. I paragrafen anges att den myndighet som har fattat ett sådant beslut får ändra eller återkalla sitt beslut under vissa omständigheter. Omständigheterna är inte kumulativa. Bestämmelserna innebär att 37 och 38 §§ förvaltningslagen (2017:900) om ändring av beslut inte är tillämpliga.

Enligt *första punkten* får ett beslut ändras eller återkallas om de sakförhållanden som låg till grund för beslutet har ändrats. Så kan vara fallet exempelvis om företaget i fråga inte längre är etablerat i Sverige och därför inte längre omfattas av den svenska behöriga myndighetens tillsynsansvar.

Av *andra punkten* framgår att ett beslut om åtagande kan ändras eller återkallas när den leverantör som beslutet avser agerar i strid med sitt åtagande. Myndighetens beslut om att godkänna ett åtagande är ett alternativ till föreläggande under förutsättning att leverantören är beredd att lojalt följa åtagandet. Om det inte fullföljs, brister den grundläggande förutsättningen för åtagandet som därför kan återkallas. Tillsynsmyndigheten kan då vidta övriga tillsynsåtgärder, exempelvis utfärda ett föreläggande att vidta en viss åtgärd som förenas med vite.

Enligt *tredje punkten* kan tillsynsmyndigheten återkalla eller ändra beslutet när detta grundar sig på felaktig information som lämnats från någon eller några av de angivna fysiska eller juridiska personerna. Det krävs alltså att den felaktiga informationen har haft betydelse för beslutet.

Hänvisningarna till förordningarna är dynamiska. Det innebär att de avser förordningarna i de vid varje tidpunkt gällande lydelsena.

Vite

10 § Ett vite får inte per dag överstiga fem procent av den genomsnittliga globala dagsomsättningen eller dagsinkomsten för den som föreläggandet avser. Omsättningen eller inkomsten ska avse det föregående räkenskapsåret.

Paragrafen reglerar ett löpande vites storlek. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.7.

Paragrafen anger gränsen för det högsta beloppet för ett löpande vite enligt artikel 52.4 i EU:s förordning om digitala tjänster. Att denna gräns gäller även i förhållande till leverantörer av förmedlings-

tjänster i fråga om löpande viten enligt EU:s förordning om politisk reklam följer av artikel 22.3 i den förordningen jämförd med artikel 51.2 d i EU:s förordning om digitala tjänster. Av artikel 52.2 följer att ett vite ska vara effektivt, proportionerligt och avskräckande. I skäl 117 i EU:s förordning om digitala tjänster utvecklas ytterligare kriterier som tillsynsmyndigheter ska beakta när de bestämmer vitets storlek. Gränsen för löpande vite enligt paragrafen gäller även för löpande vite enligt artikel 22.5 e i EU:s förordning om politisk reklam.

Av 18 § följer att en ansökan om utdömande av vite enligt denna lag görs till Förvaltningsrätten i Stockholm av den behöriga myndigheten, se författningskommentaren till den paragrafen. Vid föreläggande och utdömande av vite tillämpas i övrigt lagen (1985:206) om viten.

Sanktionsavgifter vid överträdelser av kapitel II i EU:s förordning om politisk reklam

11 § En sanktionsavgift får tas ut av en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som överträder någon av sina skyldigheter enligt artiklarna 7.1 första meningen, 7.2, 9.1, 9.3, 11.1, 11.3, 12.1, 12.3, 12.4, 13.2–13.4, 14.1 och 21.1 första stycket i EU:s förordning om politisk reklam, i den ursprungliga lydelsen.

En sanktionsavgift får även tas ut vid överträdelse av ett åtagande som den behöriga myndigheten har gjort bindande med stöd av EU:s förordning om politisk reklam eller denna lag och som avser en skyldighet som följer av någon av de artiklar som anges i första stycket.

Paragrafen möjliggör att sanktionsavgift tas ut vid överträdelse av skyldigheter enligt vissa angivna bestämmelser i EU:s förordning om politisk reklam eller av åtaganden hänförliga till samma bestämmelser. Övervägandena finns i avsnitt 6.2.1.

I *första stycket* finns en uppräkningslista av de bestämmelser i kapitel II i EU:s förordning om politisk reklam som vid en överträdelse kan leda till att en sanktionsavgift tas ut.

Artikel 7.1 första meningen innebär att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska begära att sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponserers räkning uppger huruvida den reklamtjänst de begär utgör en politisk reklamtjänst

och om de uppfyller kraven på anknytning till EU som krävs i vissa fall.

Artikel 7.2 innebär att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst föreskriver att sponsorn eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska tillhandahålla förklaringen i enlighet med artikel 7.1 och relevant information som är nödvändig för att uppfylla kraven i artiklarna 9.1, 11.1 och 12.1. Informationen ska överföras på ett fullständigt och korrekt sätt och utan oskäligt dröjsmål.

Artikel 9.1 och 9.3 innebär att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska bevara viss information om politiska reklamtjänster i sju års tid.

Artikel 11.1 och 11.3 innebär att utgivare av politisk reklam ska förse politiska reklammeddelanden med viss information genom märkning. Det gäller bl.a. uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande och vem som är sponsor. Märkningen ska vara framträdande, göra det möjligt för enskilda personer att enkelt identifiera ett politiskt reklammeddelande och ska finnas kvar om det politiska reklammeddelandet sprids ytterligare.

Artikel 12.1, 12.3 och 12.4 innehåller bestämmelser om transparensmeddelanden. Bestämmelserna riktar sig till utgivare av politisk reklam. De reglerar vad transparensmeddelanden ska innehålla och innebär även krav på bl.a. att transparensmeddelanden ska hållas uppdaterade, vara i ett lättillgängligt format, vara på samma språk som det politiska reklammeddelandet och uppfylla tillgänglighetskrav när så är möjligt. Transparensmeddelandet ska bevaras under sju år efter offentliggörandet.

Artikel 13.2–13.4 innebär att utgivare av politisk reklam är skyldiga att tillgängliggöra politisk onlinereklam i den europeiska databasen över sådan reklam.

Artikel 14.1 reglerar skyldigheten för utgivare av politisk reklam att i årsredovisningen redovisa beloppen för eller värdet av andra förmåner som de fått i utbyte mot politiska reklamtjänster.

Artikel 21.1 första stycket innebär att tjänstetillhandahållare som tillhandahåller politiska reklamtjänster i EU, men som inte är etablerade i unionen, ska utse en rättslig företrädare i en av de medlemsstater där tjänsterna erbjuds.

Hänvisningen till bestämmelserna är statisk, dvs. avser bestämmelser i den ursprungliga lydelsen. Avgiftsskyldigheten bygger på strikt ansvar. Det krävs alltså varken uppsåt eller oaktsamhet för att sanktionsavgift ska tas ut, utan det är tillräckligt att en överträdelse av bestämmelsen har skett.

Enligt *andra stycket* får en sanktionsavgift även tas ut vid överträdelse av ett åtagande som den behöriga myndigheten har gjort bindande avseende en skyldighet som följer av någon av bestämmelserna som räknas upp i första stycket.

Den behöriga myndigheten avgör om det finns skäl att ta ut en sanktionsavgift enligt paragrafen. I artikel 25.4 och 25.5 i förordningen om politisk reklam anges omständigheter som har betydelse vid den bedömningen.

I 12 § anges att en sanktionsavgift i vissa fall inte får tas ut. I 5 och 6 §§ regleras den behöriga myndighetens befogenhet att ta ut sanktionsavgift. Se författningskommentarerna till de paragraferna.

Sanktionsavgifter kan även tas ut med stöd av andra bestämmelser vid sidan av denna paragraf. Sådana bestämmelser finns i artikel 25.6 i förordningen om politisk reklam, när det gäller överträdelser av artiklarna 18 och 19 i kapitel III i samma förordning.

12 § En sanktionsavgift enligt 11 § får inte beslutas om

1. överträdelsen omfattas av ett föreläggande som har förenats med vite och överträdelsen ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet, eller

2. den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom två år från det att överträdelsen ägde rum.

Paragrafen anger i vilka situationer det finns hinder mot beslut om sanktionsavgift enligt 11 §. Övervägandena finns i avsnitt 6.2.1.

Enligt *första punkten* får ett beslut om sanktionsavgift inte fattas om överträdelsen av aktuell skyldighet omfattas av ett föreläggande som har förenats med vite och samma överträdelse ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet. Ett vite har karaktär av straff och aktualiserar tillämpning av förbudet mot dubbel lagföring eller dubbla straff. Denna bestämmelse förhindrar sådan dubbelprövning.

Enligt *andra punkten* ska ett beslut om sanktionsavgift inte fattas om den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom två år från det att överträdelsen ägde rum. Bevisbördan för att den som anspråket riktas mot har fått tillfälle att yttra sig ligger på

den beslutande myndigheten. Tidsfristen räknas från när överträdelsen ägde rum. I fråga om sådan överträdelse som skett löpande under viss tid är det tillräckligt att kommunikation sker inom två år från det att överträdelsen upphörde för att en sanktionsavgift ska kunna beslutas.

13 § En sanktionsavgift enligt 11 § ska bestämmas till lägst 5 000 kronor och högst sex procent av den globala årsomsättningen för den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster under det föregående räkenskapsåret.

I paragrafen regleras hur sanktionsavgiften enligt 11 § ska bestämmas. Övervägandena finns i avsnitt 6.2.2.

I *första stycket* fastställs den lägsta och högsta nivån på en sanktionsavgift. Gränsen för det högsta beloppet som kan tas ut som sanktionsavgift överensstämmer med artikel 25.2 b i EU:s förordning om politisk reklam. Av artikel 25.1 andra stycket i samma förordning följer att en sanktionsavgift ska vara effektiv, proportionerlig och avskräckande. Stycket reglerar endast sanktionsavgift enligt 11 § (överträdelser av bestämmelser i kapitel II i förordningen).

I artikel 25.4 och 25.5 i EU:s förordning om politisk reklam anges omständigheter som har betydelse vid bestämmandet av sanktionsavgiftens storlek. Av artikel 25.4 följer att hänsyn ska tas till följande:

- a) Överträdelsens karaktär, allvar, upprepning och varaktighet.
- b) Om överträdelsen skett med uppsåt eller genom oaktsamhet.
- c) Åtgärder som vidtagits för att mildra eventuella skador.
- d) Relevanta tidigare överträdelser och andra försvårande eller för mildrande omständigheter som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.
- e) Graden av samarbete med den behöriga myndigheten.
- f) Storleken på och den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner, i tillämpliga fall.

Uppräkningen i artikel 25.4 är inte uttömmande. Dessutom följer av artikel 25.5 att överträdelser av bl.a. artiklarna 7 och 11–13 ska anses

vara särskilt allvarliga om de avser politisk reklam som publiceras eller sprids under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning och riktas till medborgare i den medlemsstat där det aktuella valet eller den aktuella folkomröstningen förrättas.

Sanktionsavgifter vid överträdelser av kapitel III i EU:s förordning om politisk reklam

14 § En sanktionsavgift enligt artikel 25.6 i EU:s förordning om politisk reklam får inte beslutas om den som anspråket riktas mot inte har fått tillfälle att yttra sig inom fem år från det att överträdelsen ägde rum.

Paragrafen anger i vilka situationer det finns hinder mot beslut om sanktionsavgift för överträdelser av artiklarna 18 och 19 i EU:s förordning om politisk reklam. Övervägandena finns i avsnitt 6.1.

Artikel 25.6 i EU:s förordning om politisk reklam innehåller bestämmelser om sanktionsavgifter för överträdelser av artiklarna 18 och 19 i förordningen (kapitel III i förordningen). I denna paragraf finns en kompletterande bestämmelse som anger när sådana sanktionsavgifter senast får tas ut. Ytterligare bestämmelser om hur sanktionsavgifterna ska bestämmas finns i artikel 83 i EU:s dataskyddsförordning, till vilken artikel 25.6 i förordningen om politisk reklam hänvisar. Av samma bestämmelse framgår att sanktionsavgifterna beslutas av tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i EU:s dataskyddsförordning (i Sverige Integritetsskyddsmyndigheten).

En motsvarande bestämmelse för övriga överträdelser av förordningen om politisk reklam finns i 12 § 2. Vad som sägs i författningskommentaren till den bestämmelsen gäller även denna paragraf. Enligt denna paragraf gäller dock en tid om fem år i stället för två år. Den femåriga tiden motsvarar vad som gäller för överträdelser av EU:s dataskyddsförordning enligt 6 kap. 4 § lagen (2018:218) med kompletterande bestämmelser till EU:s dataskyddsförordning.

Hänvisningen till förordningen är dynamisk, dvs. avser förordningen i den vid varje tidpunkt gällande lydelsen.

Bestämmelser om sanktionsavgifter vid samtliga överträdelser av EU:s förordning om politisk reklam

15 § Ett beslut om sanktionsavgift ska delges den avgiftsskyldige.

Paragrafen innehåller en bestämmelse om delgivning av beslut om sanktionsavgift. Övervägandena finns i avsnitt 6.3.

Bestämmelsen innebär att ett beslut om sanktionsavgift ska delges den avgiftsskyldige med hjälp av något av de förfaranden för delgivning som regleras i delgivningslagen (2010:1932).

Paragrafen är tillämplig på alla beslut om sanktionsavgifter för överträdelser av EU:s förordning om politisk reklam, dvs. både sanktionsavgifter enligt 11 § och sanktionsavgifter som beslutats med stöd av artikel 25.6 i förordningen.

16 § En sanktionsavgift ska betalas till den myndighet som har beslutat avgiften, eller till en annan myndighet som denna myndighet anger, inom 30 dagar från det att beslutet om att ta ut avgiften har fått laga kraft eller inom den längre tid som anges i beslutet.

Om avgiften inte betalas i tid ska myndigheten som skulle ta emot avgiften lämna den obetalda avgiften för indrivning enligt lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m.

Avgiften tillfaller staten.

Paragrafen reglerar betalning och indrivning av sanktionsavgifter. Övervägandena finns i avsnitt 6.3.

I *första stycket* anges att en sanktionsavgift ska betalas till den myndighet som har beslutat om avgiften eller till en annan myndighet som denna myndighet anger. Detta lämnar utrymme för den beslutande myndigheten att överlåta åt exempelvis Kammarkollegiet att ta emot betalning. Bestämmelsen ger vidare myndigheten möjlighet att fatta beslut om längre tid för betalning än 30 dagar. Paragrafen är tillämplig för alla sanktionsavgifter för överträdelser av EU:s förordning om politisk reklam, dvs. både sanktionsavgifter enligt 11 § och sanktionsavgifter som beslutats med stöd av artikel 25.6 i förordningen. Beslutande myndighet är således antingen behörig myndighet enligt artikel 22.1, 22.3 eller 22.4.

Av *andra stycket* framgår att om sanktionsavgiften inte betalas inom den angivna tiden, är den myndighet som skulle ta emot avgiften skyldig att lämna den obetalda avgiften för indrivning enligt

lagen om indrivning av statliga fordringar m.m. En sanktionsavgift som inte har betalats inom angiven tid får verkställas enligt utsökningsbalken (se 3 kap. 1 § 6 a utsökningsbalken). Det innebär att den kan drivas in utan att det krävs något domstolsavgörande.

Enligt *tredje stycket* tillfaller avgiften staten.

17 § En beslutad sanktionsavgift faller bort till den del beslutet om avgiften inte har verkställts inom fem år från det att beslutet fick laga kraft.

Paragrafen reglerar preskriptionstiden för sanktionsavgifter. Övervägandena finns i avsnitt 6.3.

Enligt paragrafen preskriberas en beslutad sanktionsavgift i den utsträckning verkställighet inte har skett inom fem år från det att beslutet fick laga kraft. Innebörden av detta är att fullgörande inte kan krävas efter det att fem år har gått sedan beslutet fått laga kraft, även om verkställighet har skett under femårsperioden avseende en del av avgiften. Det som preskriberas är den del av avgiften som ännu inte har drivits in.

Paragrafen är tillämplig på alla sanktionsavgifter för överträdelser av EU:s förordning om politisk reklam, dvs. både sanktionsavgifter enligt 11 § och sanktionsavgifter som beslutats med stöd av artikel 25.6 i förordningen.

Behörig domstol och överklagande

Behörig domstol

18 § Förvaltningsrätten i Stockholm är rätt domstol i mål enligt EU:s förordning om politisk reklam och denna lag.

Paragrafen innehåller forumbestämmelser. Övervägandena finns i avsnitt 7.1.

I paragrafen anges att Förvaltningsrätten i Stockholm är rätt domstol i mål enligt EU:s förordning om politisk reklam och denna lag. Det avser bl.a. ansökningar från en behörig myndighet, överklaganden och utdömande av viten som har förelagts enligt denna lag.

Överklagande

19 § Beslut enligt EU:s förordning om politisk reklam och denna lag får överklagas till allmän förvaltningsdomstol.

Prövningstillstånd krävs vid överklagande till kammarrätten.

Paragrafen reglerar rätten att överklaga en behörig myndighets beslut. Övervägandena finns i avsnitt 7.2.

Enligt *första stycket* får beslut enligt EU:s förordning om politisk reklam och denna lag överklagas till allmän förvaltningsdomstol.

Enligt *andra stycket* krävs prövningstillstånd vid överklagande av förvaltningsrättens beslut enligt första stycket till kammarrätten. Kravet på prövningstillstånd gäller således för mål som inleds genom överklagande till förvaltningsrätten. För övriga mål krävs prövningstillstånd vid överklagande till kammarrätten endast om det följer av bestämmelser i andra lagar, exempelvis 6 § lagen om viten.

11.2 Förslaget till lag om ändring i lagen (1971:289) om allmänna förvaltningsdomstolar

18 § En förvaltningsrätt är domför med en lagfaren domare ensam

1. vid åtgärder som endast avser måls beredande,
2. vid förhör med vittne eller sakkunnig som begärts av en annan förvaltningsrätt,
3. vid beslut som endast avser rättelse av felräkning, felskrivning eller annat uppenbart förbiseende, och
4. vid annat beslut som inte innefattar slutligt avgörande av mål.

Om det inte är påkallat av särskild anledning att målet prövas av fullsutten rätt, är en förvaltningsrätt domför med en lagfaren domare ensam vid beslut som inte innefattar prövning av målet i sak.

Åtgärder som endast avser beredandet av ett mål och som inte är av sådant slag att de bör förbehållas lagfarna domare, får utföras av någon annan som har tillräcklig kunskap och erfarenhet och som är anställd vid en allmän förvaltningsdomstol, en allmän domstol eller en hyresnämnd. Regeringen kan med stöd av 8 kap. 7 § regeringsformen meddela närmare föreskrifter om detta.

Vad som sägs i andra stycket gäller även vid avgörande i sak av

1. mål av enkel beskaffenhet,
2. mål om bevissäkring och betalningssäkring enligt skatteförfarandelagen (2011:1244), om besiktning enligt fastighetstaxeringslagen (1979:1152), om en uppgifts eller handlings undantagande från kontroll enligt skatteförfarandelagen eller någon annan skatteförfattning,
3. mål om omedelbart omhändertagande enligt 6 och 6 a §§ lagen (1990:52) med särskilda bestämmelser om vård av unga, mål om vård vid en låsbar enhet enligt 15 b § samma lag, mål om avskildhet enligt 15 c § samma lag, mål om vård i enskildhet enligt 15 d § samma lag, mål om tillfälligt flyttningsförbud enligt 27 § samma lag, mål om tillfälligt utreseförbud enligt 31 d § samma lag, mål om omedelbart omhändertagande enligt 13 § lagen (1988:870) om vård av missbrukare i vissa fall, mål om vård i enskildhet enligt 34 a § samma lag, mål om avskildhet enligt 34 b § samma lag, mål om vård vid en låsbar enhet enligt 14 § lagen (1998:603) om verkställighet av sluten ungdomsvård, mål om vård i enskildhet enligt 14 a § samma lag, mål om avskildhet enligt 17 § samma lag, mål om tillfällig isolering enligt 5 kap. 3 § smittskyddslagen (2004:168), mål enligt 12 § första stycket och 33 § lagen (1991:1128) om psykiatrisk tvångsvård, mål enligt 18 § första stycket 3–5 och 9 när det gäller de fall då vården inte har förenats med särskild utskrivningsprövning eller 6 lagen (1991:1129) om rättspsykiatrisk vård, mål om förvar och uppsikt enligt utlänningslagen (2005:716), mål enligt strafftidslagen (2018:1251), mål enligt fängelselagen

(2010:610) och mål enligt lagen (1963:193) om samarbete med Danmark, Finland, Island och Norge angående verkställighet av straff m.m.,

4. mål enligt folkbokföringsförfattningarna, mål om preliminär skatt eller om anstånd med att betala skatt eller avgifter enligt skatteförfattningarna,

5. mål enligt lagen (2016:1145) om offentlig upphandling, lagen (2016:1146) om upphandling inom försörjningssektorerna, lagen (2016:1147) om upphandling av koncessioner eller lagen (2011:1029) om upphandling på försvars- och säkerhetsområdet,

6. mål som avser en fråga av betydelse för inkomstbeskattningen, dock endast om värdet av vad som yrkas i målet uppenbart inte överstiger hälften av prisbasbeloppet enligt 2 kap. 6 och 7 §§ socialförsäkringsbalken,

7. mål enligt lagen (2004:629) om trängselskatt,

8. mål enligt lagen (2008:962) om valfrihetssystem och lagen (2023:704) om auktorisationssystem i fråga om tjänster för elektronisk identifiering och för digital post,

9. mål enligt lagen (2024:000) med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om digitala tjänster som avser en

a) inspektion,

b) prövning av om en handling skyddas av advokatsekretess enligt 3 kap. 14 § samma lag, eller

c) tillfällig begränsning av mottagarnas tillgång till en tjänst eller ett onlinegränssnitt, och

10. mål om prövning av om en handling skyddas av advokaters tystnadsplikt enligt 8 § lagen (2025:000) med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam.

Paragrafen reglerar i vilka mål och ärenden som förvaltningsrätten är domför med en lagfaren domare ensam. Övervägandena finns i avsnitt 7.1.

I fjärde stycket läggs det till en *tionde punkt* som avser prövning av mål om en handling skyddas av advokaters tystnadsplikt enligt 8 § lagen (2025:000) med kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam.



2024/900

20.3.2024

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING (EU) 2024/900

av den 13 mars 2024

om transparens och inriktning när det gäller politisk reklam

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DENNA FÖRORDNING

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, särskilt artiklarna 16 och 114,

med beaktande av Europeiska kommissionens förslag,

efter översändande av utkastet till lagstiftningsakt till de nationella parlamenten,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande ⁽¹⁾,med beaktande av Regionkommitténs yttrande ⁽²⁾,i enlighet med det ordinarie lagstiftningsförfarandet ⁽³⁾, och

av följande skäl:

- (1) Utbudet av och efterfrågan på politisk reklam ökar och blir alltmer gränsöverskridande till sin natur. Ett stort, diversifierat och ökande antal tjänster är knutna till denna verksamhet, exempelvis politiska konsultfirmor, reklambyråer, *ad-tech*-plattformar, PR-företag, opinionsbildare och olika typer av dataanalys- och mäklertjänster. Politisk reklam kan ta sig många olika uttryck, bland annat som betalt innehåll, sponsrade sökresultat, betalda riktade budskap, förbättrad rankning, betoning av något som är integrerat eller någon som är integrerad i innehållet, exempelvis i form av produktplacering, opinionsbildare eller liknande. Därmed sammanhängande verksamhet kan exempelvis vara spridning av politisk reklam på begäran av en sponsor eller publicering av innehåll mot betalning eller andra former av ersättning, inbegripet naturaförmåner.
- (2) Politisk reklam kan spridas eller publiceras på ett antal olika sätt och i olika medier samt över gränserna, både online och offline. Den ökar i snabb takt och kan spridas eller publiceras via traditionella offlinemedier såsom tidningar, tv och radio, men även i allt högre grad via onlineplattformar, webbplatser, mobila applikationer, dataspel och andra digitala gränssnitt. De senare tenderar inte bara att särskilt sannolikt erbjudas över gränserna utan ger också upphov till nya och svåra utmaningar när det gäller lagstiftning och kontroll av efterlevnad. Användningen av politisk onlinereklam ökar kraftigt, och vissa linjära offlineformer av politisk reklam, såsom radio och tv, erbjuds också online som beställtjänster. I politiska reklamkampanjer brukar en rad olika medier och uttrycksformer användas.
- (3) Eftersom reklam, inbegripet politisk reklam, normalt sett utförs mot ersättning, vilket kan inbegripa naturaförmåner, utgör reklam en tjänst enligt artikel 57 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget). I förklaring nr 22, som avser personer med funktionsnedsättning och som bifogats Amsterdamfördraget, enades konferensen mellan företrädarna för medlemsstaternas regeringar om att unionens institutioner ska beakta funktionshindrade personers behov när de utarbetar åtgärder enligt artikel 114 i EUF-fördraget.
- (4) Behovet av transparens är ett legitimt allmänt mål, som är i överensstämmelse med de värden som är gemensamma för unionen och dess medlemsstater i enlighet med artikel 2 i fördraget om Europeiska unionen (EU-fördraget). Det är inte alltid lätt för medborgarna att känna igen politiska reklammeddelanden och utöva sina demokratiska rättigheter på ett välgrundat sätt. Alltmer sofistikerad desinformation, en diversifiering av aktörer, snabb utveckling av ny teknik och en ökad spridning av informationsmanipulation och inblandning i våra demokratiska val- och

⁽¹⁾ EUT C 275, 18.7.2022, s. 66.⁽²⁾ EUT C 301, 5.8.2022, s. 102.⁽³⁾ Europaparlamentets ständpunkt av den 27 februari 2024 (ännu ej offentliggjort) och rådets beslut av den 11 mars 2024.

regleringsprocesser är stora utmaningar för unionen och medlemsstaterna. Politisk reklam kan vara en källa till desinformation, särskilt om reklamens politiska karaktär inte framgår, om den kommer från sponsorer utanför unionen eller om den är föremål för inriktningsteknik eller annonsleveransteknik. En hög grad av transparens är nödvändig bland annat för att främja en öppen och rättvis politisk debatt, politiska kampanjer och fria och rättvisa val eller folkomröstningar och för att motverka informationsmanipulering och inblandning, även olaglig inblandning, inbegripet från tredjeländer. Om politisk reklam är transparent kan väljarna och enskilda personer i allmänhet lättare förstå när de har att göra med politiska reklammeddelanden, för vems räkning reklammeddelandet görs samt hur och varför en tillhandahållare av reklamtjänster utser dem till målgrupp, så att väljare har bättre förutsättningar att göra välgrundade val. Mediekunnighet bör stödjas för att hjälpa enskilda personer att på bästa sätt utnyttja insynen i politisk reklam.

- (5) Denna förordning syftar till att säkerställa att tillhandahållandet av politisk reklam sker med full respekt för de grundläggande rättigheterna.
- (6) I samband med politisk reklam används ofta inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som grundar sig på behandling av personuppgifter, inklusive observerade och härledda personuppgifter, såsom uppgifter som avslöjar politiska åsikter och andra särskilda kategorier av uppgifter. Inriktningsteknik bör förstås som teknik som används antingen för att rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer eller för att utesluta dem, vanligen med skräddarsytt innehåll, på grundval av behandlingen av personuppgifter. Annonsleveransteknik bör förstås som ett brett spektrum av optimeringstekniker som bygger på automatiserad behandling av personuppgifter för att öka spridningen, räckvidden eller synligheten för ett politiskt reklammeddelande. Sådan teknik kan användas av utgivare av politisk reklam och särskilt av mycket stora onlineplattformar i den mening som avses i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 (*) för att visa politiska reklammeddelanden för en målgrupp baserat på personuppgifter och på reklammeddelandets innehåll. Visande av reklammeddelanden med hjälp av sådan teknik inbegriper användning av algoritmer som för närvarande inte är transparenta för enskilda personer och vars effekt kan skilja sig från vad sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning, avsåg. Med tanke på risken för missbruk av personuppgifter genom inriktning, bland annat genom microtargeting och annan avancerad teknik, kan sådan teknik utgöra hot mot legitima allmänintressen såsom rättvisa, lika möjligheter och transparens i valprocesser och mot de grundläggande rättigheterna till yttrandefrihet, integritet och skydd av personuppgifter och till jämlikhet och icke-diskriminering samt mot rätten att erhålla information på ett objektivt, transparent och pluralistiskt sätt.
- (7) Politisk reklam regleras för närvarande på olika sätt i de olika medlemsstaterna, som i många fall tenderar att fokusera på traditionella medieformer. Det finns särskilda begränsningar, bland annat för tillhandahållande av politiska reklamtjänster över gränserna, som påverkar möjligheterna att bedriva gränsöverskridande och europeiska politiska kampanjer. Vissa medlemsstater förbjuder tjänsteställningstillhandahållare från unionen som är etablerade i andra medlemsstater att tillhandahålla tjänster av politisk natur eller med ett politiskt syfte under valperioder. Samtidigt finns det sannolikt luckor och kryphål i vissa medlemsstaters nationella rätt, vilket leder till att politisk reklam ibland sprids utan hänsyn till relevanta nationella bestämmelser, något som riskerar att undergräva målet att reglera transparensen vad gäller politisk reklam.
- (8) För att öka transparensen när det gäller politisk reklam, bland annat för att bemöta medborgarnas oro, har vissa medlemsstater redan undersökt eller överväger för närvarande ytterligare åtgärder för att hantera frågan om transparens när det gäller politisk reklam och för att stödja en rättvis politisk debatt samt fria och rättvisa val eller folkomröstningar. Dessa nationella åtgärder övervägs särskilt för politisk reklam som publiceras och sprids online, och de kan omfatta ytterligare begränsningar. Dessa åtgärder kan variera från mjuka till bindande och omfatta olika aspekter av transparens.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2022/2065 av den 19 oktober 2022 om en inre marknad för digitala tjänster och om ändring av direktiv 2000/31/EG (förordningen om digitala tjänster) (EUT L 277, 27.10.2022, s. 1).

EUT L, 20.3.2024

SV

- (9) Denna situation leder till fragmentering av den inre marknaden, minskar rättssäkerheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster som utarbetar, placerar, främjar, publicerar, tillhandahåller eller sprider politiska reklammeddelanden. Den skapar också hinder för den fria rörligheten för sammanhängande tjänster, snedvrider konkurrensen på den inre marknaden, även mellan tillhandahållare av onlinetjänster och offlinetjänster, och kräver komplexa efterlevnadsinsatser och innebär merkostnader för berörda tjänestetillhandahållare.
- (10) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster kommer i det sammanhanget sannolikt att avskräckas från att tillhandahålla sina politiska reklamtjänster i gränsöverskridande situationer. Detta gäller särskilt mikroföretag, små företag och medelstora företag, som ofta inte har tillräckliga resurser för att absorbera eller föra över de höga kostnader det innebär att utarbeta, placera, främja, publicera, tillhandahålla eller sprida politisk reklam i mer än en medlemsstat. Detta begränsar tillgången till tjänster och inverkar negativt på tjänestetillhandahållarnas möjligheter att vara innovativa och erbjuda multimediala och multinationella kampanjer på den inre marknaden.
- (11) En konsekvent och hög grad av transparens i fråga om politisk reklam i hela unionen bör därför säkerställas när politiska reklamtjänster tillhandahålls, samtidigt som skillnader som hindrar den fria rörligheten för därmed sammanhängande tjänster på den inre marknaden bör undanröjas genom att det fastställs harmoniserade regler för tillhandahållande av politiska reklamtjänster, inbegripet om transparenskyldigheter och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet, för sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster som garanterar ett enhetligt skydd av personers rättigheter och övervakning på hela den inre marknaden, på grundval av artikel 114 i EUF-fördraget.
- (12) Medlemsstaterna bör inte i sin nationella rätt behålla eller införa bestämmelser om transparens i fråga om politisk reklam som avviker från bestämmelserna i denna förordning, särskilt inte strängare eller mindre stränga bestämmelser för att säkerställa en annan transparensnivå när det gäller politisk reklam. En fullständig harmonisering av transparenskyldigheterna och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet i samband med politisk reklam ökar rättssäkerheten och minskar fragmenteringen av tjänestetillhandahållarnas skyldigheter i samband med politisk reklam.
- (13) En fullständig harmonisering av transparenskyldigheterna och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet bör inte påverka friheten för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att frivilligt tillhandahålla ytterligare information om politisk reklam, som en del av yttrande- och informationsfriheten som skyddas enligt artikel 11 i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna (*stadgan*).
- (14) Denna förordning är begränsad till en harmonisering av reglerna om transparenskyldigheter och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet för tillhandahållande av politiska reklamtjänster och för användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik, samt regler för tillsyn och efterlevnadskontroll. Den bör varken påverka innehållet i politiska reklammeddelanden eller unionens eller medlemsstaternas bestämmelser som reglerar andra aspekter av politisk reklam än de som omfattas av denna förordning. Därmed ändrar inte denna förordning bestämmelserna som reglerar bedrivande och finansiering av politiska kampanjer, inbegripet allmänna förbud mot eller begränsningar av politisk reklam under angivna perioder, så kallade tysta perioder, donationer från enskilda personer till kampanjer eller förbud rörande användningen av kommersiell reklam för valkampanjer. Dessutom bör denna förordning i synnerhet inte påverka den grundläggande rätten till åsikts- och yttrandefrihet.
- (15) De särskilda behoven hos mikroföretag, små företag och medelstora företag bör beaktas vid tillämpningen och efterlevnaden av denna förordning, i enlighet med proportionalitetsprincipen. Begreppen mikroföretag, små företag och medelstora företag bör förstås som företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU⁽⁹⁾.

(9) Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/34/EU av den 26 juni 2013 om årsbokslut, concernredovisning och rapporter i vissa typer av företag, om ändring av Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/43/EG och om upphävande av rådets direktiv 78/660/EEG och 83/349/EEG (EUT L 182, 29.6.2013, s. 19).

- (16) Denna förordning bör innehålla harmoniserade transparenskyldigheter och relaterade skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet som är tillämpliga på ekonomiska aktörer som tillhandahåller politiska reklamtjänster och därmed sammanhängande tjänster, dvs. verksamhet som normalt utförs mot ersättning, vilket kan begripa naturaförmåner. Dessa tjänster består bland annat i utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande, och spridning av politiska reklammeddelanden. Bestämmelserna i denna förordning, som föreskriver en hög grad av transparens i fråga om politiska reklamtjänster, grundar sig på artikel 114 i EUF-fördraget. Denna förordning bör också omfatta användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av politisk reklam som grundar sig på behandling av personuppgifter. De bestämmelser i denna förordning som rör inriktningsteknik och annonsleveransteknik grundar sig på artikel 16 i EUF-fördraget. Politisk reklam som riktar sig till enskilda personer i en medlemsstat bör omfatta reklam som i sin helhet har utarbetats, placerats, främjats, publicerats, tillhandahållits eller spridits av tjänstetillhandahållare etablerade utanför unionen, men som sprids till enskilda personer i unionen. För att avgöra om ett politiskt reklammeddelande riktar sig till enskilda personer i en medlemsstat bör hänsyn tas till faktorer som kopplar det till den medlemsstaten, däribland språk, sammanhang, syfte med reklammeddelandet samt dess spridningssätt.
- (17) Vid tillämpning av denna förordning bör man, beroende på omständigheterna, i enlighet med unionsrätten ta hänsyn till de särskilda kännetecknen för mediet för publicering eller spridning av det politiska reklammeddelandet, i synnerhet för att anpassa bestämmelserna till tv, radio och tidningar.
- (18) Det bör erinras om att gränsöverskridande tillhandahållande av reklamtjänster på den inre marknaden omfattas av principen om icke-diskriminering. Denna princip innebär bland annat att tjänstemottagarens tillgång till en tjänst som erbjuds allmänheten inte ska begränsas enbart på grund av mottagarens nationalitet, boställningsort eller etableringsort. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör därför inte tillåtas att diskriminera sponsorer som är bosatta eller lagligen etablerade i unionen på grund av deras boställnings- eller etableringsort, utom när skillnaden i behandling är motiverad och proportionell i enlighet med unionsrätten. Icke-diskriminerande tillgång till gränsöverskridande politiska reklamtjänster är avgörande för att mottagarna av dessa tjänster ska kunna dra nytta av alla fördelar med den inre marknaden inom den sektorn. Icke-diskriminerande tillgång till gränsöverskridande politiska reklamtjänster är särskilt viktig för europeiska politiska partier, med tanke på deras roll när det gäller att bidra till att skapa ett europeiskt politiskt medvetande och uttrycka unionsmedborgarnas vilja i enlighet med artikel 10.4 i EU-fördraget och artikel 12.2 i stadgan och deras europeiska rättsliga status enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 ^(*).
- Omotiverade begränsningar från tillhandahållare av politiska reklamtjänster av de europeiska politiska partiernas frihet att motta gränsöverskridande politiska reklamtjänster bör inte tillåtas, eftersom de hindrar bedrivandet av ändamålsenliga politiska kampanjer i hela unionen och därmed hindrar dem från att fullgöra den roll som de tilldelas genom fördragen. Följaktligen bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster inte förneka eller hindra sina tjänster, eller göra dem mindre attraktiva för ett europeiskt politiskt parti enbart på grund av dess etableringsort, inbegripet registrering, utan att utesluta möjligheten till särbehandling på grundval av motiverade objektiva skäl. Liknande överväganden gäller för de politiska grupper i Europaparlamentet som har bildats i enlighet med Europaparlamentets arbetsordning och som utför sina uppgifter som en del av unionens verksamhet. Den klausul om icke-diskriminering som fastställs i den här förordningen fastställer inte, och påverkar inte heller på något sätt, den rättsliga ställningen för europeiska politiska partier eller de politiska grupperna i Europaparlamentet, eftersom den endast behandlar deras ställning som sponsorer.
- (19) Det är känt att inblandning i val av vissa enheter i tredjeländer eller tredjelandsmedborgare, som kan sponsra politisk reklam i unionen, utgör ett allvarligt hot mot demokratin, som är ett gemensamt värde för unionen och vars säkerställande är av grundläggande betydelse för unionen och dess medlemsstater. Följaktligen har vissa medlemsstater redan infört, eller överväger att införa, olika restriktioner för enheter i tredjeländer eller tredjelandsmedborgare när det gäller att tillhandahålla finansiering i samband med val. Denna heterogena regleringssituation, som sannolikt kommer att förvärras på grund av det rådande spända internationella klimatet, skapar hinder för

^(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 av den 22 oktober 2014 om stadgar för och finansiering av europeiska politiska partier och europeiska politiska stiftelser (EUT L 317, 4.11.2014, s. 1).

tillhandahållare av politiska reklamtjänster att vara verksamma på marknaderna i olika medlemsstater. Denna heterogena regleringssituation bör därför tillnärmas en gemensam minimistandard. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör vara skyldiga att, under de tre månader som föregår ett val eller en folkomröstning som anordnas på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå i en medlemsstat, endast tillhandahålla politiska reklamtjänster till unionsmedborgare, tredjelandsmedborgare som är permanent bosatta i unionen och har rösträtt i det valet eller den folkomröstningen eller juridiska personer som är etablerade i unionen och som inte kontrolleras av enheter i tredjeländer. Risker för inblandning i val eller folkomröstningar i olika medlemsstater och medlemsstaternas bedömningar av denna risk varierar, och det kan därför vara lämpligt att i olika medlemsstater införa strängare nationella regler som framför allt föreskriver längre tidsperioder för begränsning av sponsring från enheter i tredjeländer eller tredjelandsmedborgare. Miniminormen på tre månader bör därför inte hindra medlemsstaterna från att föreskriva strängare nationella regler i enlighet med unionsrätten. Om ett val eller en folkomröstning tillkännages mindre än tre månader före dagen för valet eller folkomröstningen bör detta inte anses ge upphov till skyldigheter under perioden innan valet eller folkomröstningen tillkännagavs.

- (20) För att motverka informationsmanipulering och inblandning i politisk reklam uppmuntras *onlineplattformar* enligt definitionen i förordning (EU) 2022/2065, bland annat genom uppförandekoden om desinformation, att fastställa och genomföra skräddarsydda strategier och andra relevanta åtgärder, bland annat genom att delta i bredare initiativ för att minska de ekonomiska incitamenten för desinformation för att förhindra placering av politisk reklam som innehåller desinformation.
- (21) Det finns ingen definition av politisk reklam respektive politiskt reklammeddelande på unionsnivå. Det behövs en definition på unionsnivå för att tillämpningsområdet för de harmoniserade transparenskyldigheterna och de relaterade skyldigheterna avseende tillbörlig aktsamhet samt reglerna om användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik ska kunna fastställas. Definitionen bör omfatta de många former som politisk reklam kan anta och samtliga medel och former för publicering eller spridning inom unionen, oavsett om källan finns inom unionen eller i ett tredjeland.
- (22) Definitionen av politisk reklam bör omfatta reklam som utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids direkt eller indirekt av, eller som utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids direkt eller indirekt för en politisk aktör eller för dennes räkning oberoende av metod. Politisk reklam kontrolleras vanligtvis direkt eller indirekt av en sponsor, som kan vara en politisk aktör och som framför allt kan fastställa den politiska karaktären hos, innehållet i eller publiceringen av den politiska reklam som utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids. Ibland kan en annan enhet ytterst utöva kontroll över en sponsor. Fastställandet av huruvida en enhet ytterst kontrollerar en sponsor bör baseras på rättigheter, avtal eller andra medel, som, antingen var för sig eller i kombination, och med beaktande av faktiska eller rättsliga omständigheter, ger möjlighet att utöva ett avgörande inflytande över en enhet, särskilt genom ägande, rätten att använda alla eller delar av en enhets tillgångar, eller rättigheter eller avtal som ger ett avgörande inflytande på sammansättningen av, omröstningarna eller besluten i enhetens organ. Vid bedömningen av huruvida ett budskap är av rent privat eller rent kommersiell karaktär bör hänsyn tas till alla relevanta omständigheter, såsom budskapets innehåll, dess sponsor, det språk som används för att förmedla det, det sammanhang i vilket det förmedlas, inbegripet spridningsperioden, dess syfte, det sätt på vilket det utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids samt målgruppen. Budskap om en politisk aktörs familjestatus eller affärsverksamhet är sannolikt rent privata eller rent kommersiella.
- (23) Andra aktörers främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av ett budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbetående eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå, bör också utgöra politisk reklam. En lagstiftnings- eller regleringsprocess bör omfatta beslutsfattande som har bindande verkan med allmän giltighet på unionsnivå och på nationell, regional och lokal nivå. Det ska finnas en tydlig och väsentlig koppling mellan budskapet och dess potential att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbetående eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. För att avgöra om en sådan koppling finns bör hänsyn tas till alla faktorer som var relevanta vid den tidpunkt då budskapet främjades, publicerades, tillhandahölls eller spreds, såsom identiteten på budskapet

sponsor, budskapets form och innehåll, det talade eller skriftliga språk som används för att förmedla budskapet, det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperiod, såsom en valperiod, budskapets syfte och det sätt på vilket det främjades, publicerades, tillhandahölls eller spreds samt målgruppen. Språk bör förstås som alla språk som används i unionen, inbegripet regionala dialekter och teckenspråk, och inkludera alla kommunikations- eller kodifieringsmedel, såsom blindskrift och andra medel. Utformningen bör framgå tydligt av dessa faktorer, och en koppling bör inte uteslutande härledas retroaktivt från ett budskaps inverkan.

- (24) Politisk reklam omfattar en situation där utarbetande, placering, främjande, publicering, leverans eller spridning av ett budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess utförs av en enhet som agerar för egen räkning (intern verksamhet). Intern verksamhet, som endast bör anses vara relevant för kapitel III i denna förordning, bör förstås som verksamhet som bedrivs inom en enhet som omfattar eller väsentligt bidrar till utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning, oberoende av metod, av ett budskap som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess.
- (25) Kommersiell reklam och kommersiella marknadsföringsmetoder kan legitimt påverka konsumenternas uppfattning om produkter och tjänster eller deras köpbeteende, däribland genom märkesdifferentiering som bygger på företagets åtgärder på området för företagets sociala ansvar, som ger sociala effekter, eller andra typer av målstyrt engagemang. Denna förordning bör tillämpas på kommersiell reklam som kan komma att påverka, och är utformat för att påverka, resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess.
- (26) Kommissionen bör utarbeta gemensamma riktlinjer för ett ändamålsenligt genomförande av denna förordning, och särskilt för att stödja sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar på sponsorernas vägnar, vid kungörande och identifiering av politiska reklammeddelanden, och för att stödja tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller att underlätta och på lämpligt sätt administrera sådana förklaringar.
- (27) I strävan efter ändamålsenlig kommunikation med allmänheten bör offentlig kommunikation av, för eller på uppdrag av en medlemsstats offentliga myndighet eller unionen, inbegripet regeringsmedlemmar, såsom pressmeddelanden eller konferenser där lagstiftnings- eller regleringsinitiativ tillkännages och det politiska val som ligger till grund för sådana initiativ förklaras, inte betraktas som politisk reklam, förutsatt att den inte kan komma att påverka och inte är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. På samma sätt bör praktisk information från officiella källor i medlemsstaterna eller unionen som uteslutande gäller organisation och former för deltagande i val eller folkomröstningar, inbegripet tillkännagivandet av kandidaturer eller ämnet för folkomröstning, inte heller utgöra politisk reklam.
- (28) Denna förordning bör inte tillämpas i fall där ett särskilt offentligt utrymme för presentation av kandidater uttryckligen föreskrivs i lagen och tilldelas kostnadsfritt, till exempel tilldelning av utrymme för en sådan presentation i kommuner och på andra offentliga platser eller en särskild sändningstid på tv, om detta görs på ett rättvist och icke-diskriminerande sätt och på grundval av transparenta och objektiva kriterier.
- (29) Medierna bidrar till välfungerande demokratiska processer och spelar en avgörande roll för yttrande- och informationsfriheten, särskilt under perioden precis före ett val. De ger utrymme för offentlig debatt och bidrar till opinionsbildningen. Denna förordning bör därför inte påverka mediernas redaktionella frihet. Politiska åsikter som uttrycks i ett medium under redaktionellt ansvar bör inte omfattas, om inte särskild betalning eller annan ersättning tillhandahålls av tredje part för eller i samband med deras utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning. När sådana politiska åsikter senare främjas, publiceras eller spreds av tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör de dock betraktas som politisk reklam.

- (30) Politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson utgör ett särskilt uttryck för rätten till yttrande- och informationsfrihet. I det fallet rör det sig inte om politisk reklam, och det är nödvändigt att göra en tydlig åtskillnad. För att göra detta bör politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson inte omfattas av denna förordning. Identifieringen av politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson bör i allmänhet grunda sig på individuellt självbestämmande, men kontextuella faktorer kan beaktas. Relevanta faktorer kan exempelvis vara huruvida åsikten uttrycks för en annan enhets räkning, huruvida budskapet avser att lyfta fram den egna kandidaturen eller kampanjen i ett val, en folkomröstning eller en lagstifnings- eller regleringsprocess, huruvida åsikten uttrycks av en person som i allmänhet är aktiv i kampanjer eller arbetar för förändringar i politiska eller sociala frågor samt huruvida budskapet sprids till ett obestämt antal personer. En politisk åsikt bör inte anses ha uttryckts av en individ i dennes egenskap av privatperson om särskild ersättning från tredje part, inbegripet naturaförmåner, tillhandahålls för eller i samband med att en sådan åsikt uttrycks.
- (31) Vid tillämpningen av denna förordning bör val förstås som val till Europaparlamentet, alla val eller folkomröstningar som anordnas på nationell, regional och lokal nivå i medlemsstaterna samt val för att fastställa ledarskap för politiska partier. Begreppet bör inte omfatta andra former av val som till exempel yrkesmässiga eller privat organiserade omröstningar.
- (32) Det är nödvändigt att definiera politiska reklammeddelanden som en konkret förekomst av politisk reklam. Reklammeddelanden omfattar också det sätt på vilket reklambudskapet förmedlas, inbegripet i tryckt form, via radio och tv, webbsidor, sökmotorer och strömning, eller via en onlineplattformstjänst.
- (33) Definitionen av politiska aktörer bör hänvisa till begrepp som definieras i unionsrätten och i nationell rätt i linje med internationella rättsliga instrument såsom Europarådets. Begreppet politiska aktörer bör inbegripa ett politiskt partis enheter som är knutna till respektive underordnade det och som, med eller utan status som juridisk person, etablerats för att stödja det eller eftersträva dess mål, till exempel genom att samarbeta med en särskild grupp av väljare eller för ett specifikt valändamål.
- (34) Begreppet politiska aktörer bör även omfatta kandidater till eller innehavare av ett offentligt ämbete och medlemmar av en medlemsstats regering på nationell, regional eller lokal nivå eller av unionsinstitutioner, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten.
- (35) En politisk reklamkampanj bör avse utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av en rad sammanhängande politiska reklammeddelanden inom ramen för ett avtal om politisk reklam, på grundval av gemensamt utarbetande, gemensam sponsring eller gemensam finansiering.
- (36) Definitionen av politisk reklam bör inte påverka nationella definitioner av politiskt parti, politiska mål eller politiska kampanjer eller andra eller inkräkta på politiska kampanjreglerna på nationell nivå.
- (37) Definitionen av politisk aktör bör inte påverka nationella regler om vem som kan bedriva en politisk kampanj och bör inte förplikta medlemsstaterna att anta sådana regler.
- (38) För att täcka det breda spektrum av tjänstetillhandahållare som är kopplade till politiska reklamtjänster bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster anses omfatta tillhandahållare som deltar i utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av politiska reklammeddelanden. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster kan till exempel agera på sponsorernas vägnar genom att initiera politiska reklamtjänster för deras räkning.

- (39) Definitionen av tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör inte omfatta tillhandahållare som tillhandahåller rena sidotjänster i samband med politiska reklamtjänster. Sidotjänster är tjänster som tillhandahålls utöver den politiska reklamen och som kompletterar denna, men som inte har någon direkt inverkan på innehållet eller presentationen eller direkt kontroll över utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av den. Sådana tjänster skulle kunna omfatta transport, finansiering och investeringar, inköp, försäljning, catering, marknadsföring, datatjänster, rengöring, underhåll, posttjänster, tryckeritjänster samt grafisk, ljudmässig eller fotografisk utformning.
- (40) En sponsor bör definieras som den person eller enhet för vars räkning politiska reklammeddelanden utarbetas, placeras, främjas, offentliggörs, tillhandahålls eller sprids, till exempel en enskild kandidat i ett val eller ett politiskt parti, och som vanligtvis är den person eller enhet som tillhandahåller ersättning i utbyte mot politiska reklamtjänster.
- (41) Utgivare av politisk reklam bör definieras som tillhandahållare av politiska reklamtjänster, vanligtvis i slutet av kedjan av tillhandahållare av tjänster, som främjar, publicerar, tillhandahåller eller sprider politisk reklam genom radio och tv, gör den tillgänglig via ett gränssnitt eller på annat sätt gör den tillgänglig för allmänheten.
- (42) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster har ansvar som stöder uppnåendet av målen i denna förordning. Vissa tillhandahållare av politiska reklamtjänster sänder, tillgängliggör politisk reklam via ett gränssnitt eller gör den på annat sätt tillgänglig för allmänheten, och de har genom denna roll möjlighet att säkerställa att detta sker i enlighet med denna förordning och att det ger en hög grad av transparens. Dessa tillhandahållare av tjänster bör därför ha ett särskilt ansvar som utgivare av politisk reklam, och det är nödvändigt att de identifieras som sådana.
- (43) En sponsor bör sanningsenligt ange huruvida den berörda reklamen utgör politisk reklam enligt definitionen i denna förordning och, under de sista tre månaderna före ett val eller en folkomröstning som anordnas på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå i en medlemsstat, huruvida sponsorn kan agera som sponsor i enlighet med denna förordning. Sponsorn bör ansvara för att en sådan förklaring är korrekt. När en reklam identifierats som politisk bör dess fortsatta spridning fortfarande uppfylla kraven om transparens och relaterade krav på tillbörlig aktsamhet.
- (44) Med tanke på vikten av att särskilt garantera att reglerna om transparens och relaterade krav på tillbörlig aktsamhet är ändamålsenliga, bör avtalsarrangemang som ingår för tillhandahållande av politiska reklamtjänster säkerställa att de uppgifter som är nödvändiga för att göra det möjligt för tillhandahållare av politiska reklamtjänster att följa denna förordning överförs med gott uppsåt, på ett fullständigt och korrekt sätt och utan oskäligt dröjsmål. Om förklaringarna eller uppgifterna är ofullständiga, föråldrade eller felaktiga bör det i denna förordning föreskrivas att sådana förklaringar eller uppgifter ska kompletteras, uppdateras eller korrigeras. Detta bör inte innebära en allmän skyldighet för tillhandahållaren av politiska reklamtjänster att övervaka sanningshalten i förklaringar om reklammeddelandenas politiska karaktär eller att utföra överdrivna eller kostsamma undersökningar. För att på ett effektivt sätt genomföra kravet att komplettera, uppdatera eller korrigera sådana förklaringar eller uppgifter bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster anpassa sina onlinegränssnitt för att underlätta fullgörandet av sådana skyldigheter.
- (45) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör betrakta förklaringar eller uppgifter som uppenbart felaktiga om detta framgår av reklammeddelandets innehåll, sponsorns identitet eller det sammanhang i vilket den relevanta tjänsten tillhandahålls, utan ytterligare kontroller eller undersökningar.
- (46) Utgivare av politisk reklam som också är mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 bör omsorgsfullt identifiera, analysera och bedöma de systemriskerna som deras politiska reklamtjänster utgör i samband med deras riskbedömningar enligt artikel 34 i den förordningen och införa rimliga, proportionella och ändamålsenliga riskreducerande åtgärder i enlighet med artikel 35 i den förordningen för att hantera dessa risker.

- (47) De regler avseende transparens och de relaterade kraven på tillbörlig aktsamhet som fastställs i denna förordning bör endast tillämpas på politiska reklamtjänster, dvs. politisk reklam som normalt tillhandahålls mot ersättning, vilket kan inbegripa naturaförmåner. Dessa regler bör inte tillämpas på innehåll som laddas upp av en användare av en onlinebaserad förmedlingstjänst, till exempel en onlineplattform, och som sprids av den onlinebaserade förmedlingstjänsten utan ersättning för placeringen, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av meddelandet i fråga, såvida inte användaren har fått ersättning för det politiska reklammeddelandet av en tredje part.
- (48) Regler om transparens och de relaterade kraven på tillbörlig aktsamhet bör inte heller gälla utbyte av information via elektroniska kommunikationstjänster såsom elektroniska meddelandetjänster eller telefonsamtal, så länge det inte rör sig om en politisk reklamtjänst.
- (49) Yttrandefriheten och informationsfriheten, som skyddas av artikel 11 i stadgan, omfattar en individs rätt att ha politiska åsikter, ta emot och sprida politisk information och dela politiska idéer. Varje begränsning av dessa friheter måste vara förenlig med artikel 52 i stadgan. Dessa friheter kan bli föremål för ändringar och inskränkningar om dessa är nödvändiga och motiveras av ett legitimt allmänintresse och är förenliga med de allmänna principerna i unionsrätten, såsom proportionalitet och rättssäkerhet. Detta är bland annat fallet när de politiska idéerna förmedlas genom tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Yttrandefrihet och informationsfrihet är en av grundvalarna i en livlig demokratisk debatt.
- (50) Denna förordning bör inte medföra krav på att medlemsstaterna ska vidta åtgärder som står i strid med grundläggande principer rörande yttrande- och informationsfrihet, särskilt tryckfrihet och yttrandefrihet i andra medier såsom följer av konstitutionella traditioner eller regler om pressens eller andra mediers rättigheter och ansvarsområden och om särskilda förfarandegarantier för dem, när dessa regler hör samman med fastställande eller begränsning av ansvar.
- (51) När det gäller mellanhänder på internet är förordning (EU) 2022/2065 tillämplig på politiska reklammeddelanden som publiceras eller sprids av mellanhänder på internet genom övergripande regler som gäller för alla typer av onlinereklam, inbegripet kommersiella och politiska reklammeddelanden. På grundval av den definition av politisk reklam som fastställs i den här förordningen är det lämpligt att göra de transparenskrav som fastställs för reklamutgivare som omfattas av förordning (EU) 2022/2065 mer detaljerade, särskilt för mycket stora onlineplattformar. Detta gäller särskilt information om finansiering av politiska reklammeddelanden. De krav som fastställs i den här förordningen bör inte påverka tillämpningen av förordning (EU) 2022/2065.
- (52) Utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande och spridning av politiska reklammeddelanden kan inbegripa en komplex kedja av tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Detta är särskilt fallet när valet av reklam innehåll, valet av inriktningskriterier och annonsleveranskriterier, tillhandahållandet av uppgifter som används för att rikta och tillhandahålla ett reklammeddelande, tillhandahållandet av inriktningsteknik och annonsleveransteknik samt tillhandahållandet av ett reklammeddelande och dess spridning kan kontrolleras av olika tillhandahållare av tjänster.

Sponsorer kan dessutom vara involverade i olika skeden av utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet och spridningen av politisk reklam. På samma sätt kan en personuppgiftsansvarig, när det gäller inriktningsteknik och annonsleveransteknik, fastställa ändamålen och medlen för behandlingen tillsammans med andra personuppgiftsansvariga, eller behandlingen kan utföras på den personuppgiftsansvariges vägnar av en annan enhet. Mot bakgrund av rättspraxis från Europeiska unionens domstol kan gemensamt personuppgiftsansvar också fastställas när endast en enhet har tillgång till de berörda personuppgifterna. På grund av deras olika bidrag, närmare bestämt definitionen av parametrar för inriktning, fastställandet av uppgiftskategorier och behandlingen vid visning av annonser, skulle tjänsteleverantörer och sponsorer regelbundet gemensamt besluta om medel och

ändamål för behandling av personuppgifter för politisk reklam, och skulle därför kunna betraktas som gemensamt personuppgiftsansvariga i enlighet med artikel 26 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 ⁽⁷⁾ och artikel 28 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 ⁽⁸⁾. Det är därför nödvändigt att föreskriva en tydlig ansvarsfördelning mellan de olika enheterna enligt den här förordningen.

- (53) Om en konstgjord kommersiell eller avtalsmässig konstruktion riskerar att äventyra ändamålsenligheten hos de transparenskyldigheter som fastställs i denna förordning, bör dessa skyldigheter gälla för den eller de enheter som i huvudsak tillhandahåller reklamtjänsten.
- (54) Trots att förordningen föreskriver specifika krav bör de skyldigheter som fastställs i denna emellertid inte uppfattas som en allmän övervakningsskyldighet för tillhandahållare av förmedlingstjänster när det gäller politiskt innehåll som delas av fysiska eller juridiska personer, eller som en allmän skyldighet för tillhandahållare av förmedlingstjänster att vidta proaktiva åtgärder i samband med olagligt innehåll som dessa tillhandahållare överför eller lagrar.
- (55) För att stödja efterlevnaden av kraven i denna förordning, särskilt kraven avseende användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam, uppmanas tillhandahållare av förmedlingstjänster att underlätta identifieringen av politisk reklam som laddas upp eller sprids direkt av användarna via deras onlinebaserade förmedlingstjänst. Tillhandahållare av förmedlingstjänster skulle exempelvis kunna ställa effektiva mekanismer till användarnas förfogande för att ange att ett reklammeddelande är politiskt.
- (56) Genom transparens i fråga om politisk reklam bör enskilda individer kunna förstå att de har att göra med ett politiskt reklammeddelande. Utgivare av politisk reklam bör säkerställa att det tillsammans med varje politiskt reklammeddelande offentliggörs tydliga uppgifter om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande och annan information, såsom sponsorns identitet, den politiska kampanj där meddelandet ingår och huruvida meddelandet varit föremål för inriktningsteknik och annonsleveransteknik. Sponsorns namn kan i förekommande fall innehålla en politisk logotyp. Utgivare av politisk reklam bör säkerställa att politiska reklammeddelanden är korrekt märkta och använda sig av ändamålsenligmärkning som innehåller den angivna informationen, inbegripet en tydlig angivelse av var transparensmeddelandet ska hämtas. Kommissionen bör tilldelas genomförandebefogenheter för att anta genomförandeakter för att fastställa etiketternas format och mall och för att säkerställa att de är anpassade till det medium som används, med beaktande av den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis.
- (57) För att stödja ansvarsskyldighet i den politiska processen bör den information som ska tillhandahållas i ett transparensmeddelande också innehålla sponsorns identitet och, i tillämpliga fall, identiteten hos den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn. Det bör tydligt anges var sponsorn är etablerad och huruvida sponsorn är en fysisk eller juridisk person. Personuppgifter om enskilda personer som är inblandade i politisk reklam och som inte har något samband med sponsorn eller andra berörda politiska aktörer bör inte anges i transparensmeddelandet. Transparensmeddelandet bör också innehålla information om spridningsperioden, eventuella därmed sammanhängande val, det belopp som använts och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot det specifika reklammeddelandet samt för hela den politiska reklamkampanjen, källan till de medel som använts samt annan information så att det kan säkerställas att det politiska reklammeddelandet sprids på ett rättvist sätt. Information om källan till de medel som används kan exempelvis vara huruvida källan är offentlig eller privat och huruvida den kommer från ett land inom eller utanför Europeiska unionen. Information om val eller folkomröstningar bör om möjligt inbegripa en länk till information från officiella källor rörande organisationen och villkoren för deltagande eller för främjande av deltagande i dessa val eller folkomröstningar. Om ett politiskt

⁽⁷⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) (EUT L 119, 4.5.2016, s. 1).

⁽⁸⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725 av den 23 oktober 2018 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter som utförs av unionens institutioner, organ och byråer och om det fria flödet av sådana uppgifter samt om upphävande av förordning (EG) nr 45/2001 och beslut nr 1247/2002/EG (EUT L 295, 21.11.2018, s. 39).

reklammeddelande offentliggörs på nytt efter det att det har avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av denna förordning bör detta anges i transparensmeddelandena för att säkerställa att enskilda personer informeras på lämpligt sätt. Transparensmeddelandet bör finnas tillgängligt omedelbart efter det att reklammeddelandet har offentliggjorts eller spridits, och den information det innehåller bör hållas uppdaterad. Vidare bör transparensmeddelandet innehålla information om hur politiska reklammeddelanden ska flaggas i enlighet med det förfarande som fastställs i denna förordning. Detta krav bör inte påverka tillämpningen av bestämmelserna om anmälan i förordning (EU) 2022/2065.

- (58) För att säkerställa ökad transparens när det gäller politisk reklam är det nödvändigt att samla in och i det relevanta transparensmeddelandet presentera information om räckvidden för politisk reklam och enskilda personers engagemang i den. Budskapets räckvidd avser uppgifter som gör det möjligt att kvantifiera den geografiska fördelningen och antalet personer som tittade på, tog emot eller på annat sätt interagerade med den politiska reklamen, inbegripet antalet visningar, intryck och klick. Engagemang med budskapet avser uppgifter som gör det möjligt att kvantifiera enskilda personers interaktion med politisk onlinereklam, mätt på olika sätt, inbegripet perioden för interaktion med det politiska reklammeddelandet. Relevanta standarder för utarbetande av märkning och transparensmeddelanden för politiska reklammeddelanden bör ta upp kvantifieringen av räckvidd och engagemang.
- (59) Presentationen av informationen i transparensmeddelandet kan variera beroende på vilka metoder som används. För att enkelt kunna hämta informationen i transparensmeddelandet i offlinereklam, skulle exempelvis en särskild länk till en webbsida, en QR-kod eller motsvarande användarvänliga tekniska åtgärder kunna användas. Kravet på att informationen om transparensmeddelandet bl.a. ska vara tydligt synlig bör innebära att den har en framträdande plats i eller tillsammans med reklammeddelandet. Kravet på att den information som offentliggörs i transparensmeddelandet ska vara lättillgänglig, maskinläsbar om det är tekniskt möjligt och användarvänlig bör innebära att den tillgodoser behoven hos personer med funktionsnedsättning genom att uppfylla tillämpliga tillgänglighetskrav, inbegripet, när så är tekniskt möjligt, genom att göra informationen tillgänglig via kanaler som kan uppfattas med mer än ett sinne. För att kunna ta hänsyn till den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis och för att säkerställa att transparensmeddelandena anpassas till det medium som används, bör kommissionen tilldelas genomförandebefogenheter att anta genomförandeakter som fastställer deras format och tillhandahåller tekniska specifikationer.
- (60) Om politisk reklam görs tillgänglig elektroniskt, inbegripet via ett onlinemedium, ska också det åtföljande transparensmeddelandet vara tillgängligt elektroniskt och i ett maskinläsbart format. Politisk reklam som endast görs tillgänglig via ett offlinemedium, såsom tryckta broschyrer eller tryckta tidningar, kan åtföljas av transparensmeddelanden som också görs tillgängliga endast via ett offlinemedium, som ingår i samma tryckta broschyr eller tidning. Om politisk reklam görs tillgänglig via ett offlinemedium och transparensmeddelandet görs tillgängligt elektroniskt bör transparensmeddelandet dock också vara i ett maskinläsbart format.
- (61) Information bör betraktas som maskinläsbar om den tillhandahålls i ett format som programvaran automatiskt kan behandla utan mänsklig medverkan, särskilt i syfte att identifiera, känna igen och extrahera specifika data från den.
- (62) Transparensmeddelanden bör utformas så att de ökar användarnas medvetenhet och bidrar till en tydlig identifiering av det politiska reklammeddelandet som sådant. Transparensmeddelandena bör utformas så att de kvarstår eller förblir tillgängliga om ett politiskt reklammeddelande sprids vidare, till exempel genom att det läggs ut på en annan plattform eller vidarebefordras mellan enskilda personer. Informationen i transparensmeddelandet bör publiceras när offentliggörandet av de politiska reklammeddelandena inleds och bevaras fram till dess att offentliggörandet avslutas. Utgivare av politisk reklam bör bevara och på begäran tillgängliggöra sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar under en period på sju år efter den senaste publiceringen.

SV

EUT L, 20.3.2024

- (63) Eftersom utgivare av politisk reklam gör politiska reklammeddelanden tillgängliga för allmänheten bör de publicera eller sprida informationen i transparensmeddelandet till allmänheten tillsammans med publiceringen eller spridningen av det politiska reklammeddelandet. Om utgivare av politisk reklam på något sätt får kännedom om att ett politiskt reklammeddelande inte uppfyller transparenskraven i denna förordning, till exempel efter en individuell anmälan, bör de vidta bästa möjliga åtgärder för att komplettera eller korrigera den information som krävs enligt denna förordning. Om informationen inte kan kompletteras eller korrigeras utan oskäligt dröjsmål bör utgivare av politisk reklam antingen inte tillgängliggöra de politiska reklammeddelanden som inte uppfyller transparenskraven i denna förordning, eller avbryta offentliggörandet eller spridningen av dem till allmänheten. I en sådan situation bör utgivare av politisk reklam informera de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster och, i förekommande fall, sponsorn om de rimliga åtgärder som vidtagits för att uppfylla kraven i denna förordning. Utgivaren bör informera sponsorn, eller den tillhandahållare av tjänster som agerar på sponsorns vägnar, om varje beslut som fattats i detta avseende.
- (64) För att säkerställa offentliggörandet av den information om politisk onlinereklam som krävs enligt denna förordning, och faktisk tillgång till den för alla berörda personer, är det nödvändigt att kommissionen inrättar och säkerställer, direkt eller genom att anförtro en förvaltningsmyndighet detta ansvar, förvaltningen av en offentlig databas för alla politiska reklammeddelanden online, den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online. All delegering till en förvaltningsmyndighet bör bli föremål för nödvändiga regleringsmässiga anpassningar. För att stödja enskilda personers tillgång till information, bland annat för att underlätta arbetet för berörda aktörer, såsom forskare i deras specifika roll, och för att stödja fria och rättvisa val eller folkröstningar och rättvisa valkampanjer, bland annat genom att granska sponsorer av politiska reklammeddelanden och analysera det politiska reklamlandskapet, bör denna databas innehålla en funktion som möjliggör tillgång till politisk onlinereklam, tillsammans med den information som krävs enligt denna förordning, under en fastställd period via en enda portal. För att stödja utgivare av politisk reklam som inte är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 bör denna databas omfatta en värdtjänst som säkerställer kostnadsfri tillgång till politisk onlinereklam och den information som offentliggörs tillsammans med den. Dessa utgivare av politisk reklam bör göra nödvändig information tillgänglig inom en angiven period. Utgivare och sponsorer av politisk reklam bör förbli ansvariga för de politiska reklammeddelanden och annan information som görs tillgänglig genom den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online, inbegripet för deras fullständighet och korrekthet, och de bör vara ansvariga för att säkerställa att de hålls uppdaterade.
- För att säkerställa att den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online fungerar ändamålsenligt bör kommissionen tilldelas genomförandebefogenheter att anta genomförandeakter för att fastställa detaljerade arrangemang för driften av den databasen. Dessa genomförandeakter bör bland annat avse en gemensam datastruktur och ett gemensamt programmeringsgränssnitt för att möjliggöra överföring av nödvändig information samt hämtning av information från databasen, metadata för att underlätta onlinesökmotorers indexering av politiska reklammeddelanden och deras införande i databasen samt standardiserade autentiseringslösningar i syfte att göra det möjligt att koppla transparensinformation till de politiska reklammeddelandena samt autentisera versioner av informationen.
- (65) När tillhandahållarna av politiska reklamtjänster fullgör sina skyldigheter enligt denna förordning bör de ta vederbörlig hänsyn till de grundläggande rättigheterna och andra rättigheter och legitima intressen. Tillhandahållarna av politiska reklamtjänster bör särskilt ta vederbörlig hänsyn till yttrande- och informationsfriheten, inbegripet mediernas frihet och mångfald.
- (66) Dessutom bör utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065, för varje politiskt reklammeddelande, säkerställa att informationen i transparensmeddelandet görs tillgänglig i de databaser över reklammeddelanden som avses i artikel 39 i den förordningen och är tillgänglig via den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online. Sådan information bör göras tillgänglig från det ögonblick den offentliggörs och hållas uppdaterad och tillhandahållas i enlighet med en överenskommen branschstandard för tillgänglighet, datastruktur och tillgång genom ett gemensamt allmänt tillgängligt programmeringsgränssnitt.

- (67) Om den tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är värd för eller på annat sätt lagrar och tillhandahåller innehållet i ett politiskt reklammeddelande skiljer sig från den tillhandahållare av politiska reklamtjänster som kontrollerar den webbplats eller annat gränssnitt där det politiska reklammeddelandet slutligen presenteras, bör dessa tillhandahållare tillsammans betraktas som utgivare av politisk reklam med ansvar för den specifika tjänst de tillhandahåller, för att säkerställa att märkning tillhandahålls och att transparensmeddelandet och relevant information finns tillgängliga. Deras kontraktsmässiga överenskommelse bör möjliggöra efterlevnad av denna förordning.
- (68) Information om de belopp och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot politiska reklamtjänster kan ge ett värdefullt bidrag till den politiska debatten. Det är nödvändigt att säkerställa att en lämplig översikt över den politiska reklamverksamheten kan erhållas från de årliga rapporter som utarbetas av relevanta utgivare av politisk reklam. För att stödja tillsyn och ansvarsskyldighet bör sådan rapportering omfatta information om utgifter för inriktning eller tillhandahållande av politisk reklam under den relevanta perioden, fördelade på kampanj, och relevant information som andra enheter har översänt till utgivarna av politisk reklam. För att undvika oproportionella bör dessa krav på rapporter om transparens inte tillämpas på mikroföretag eller små eller medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.
- (69) Utgivare av politisk reklam som tillhandahåller politiska reklamtjänster bör införa mekanismer så att fysiska eller juridiska personer kan rapportera till dem att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning. Organisationer i det civila samhället, människorättsorganisationer och övervakningsorganisationer, journalister och andra berörda enheter har en avgörande roll att spela i detta avseende. Mekaniserna för rapportering av ett sådant reklammeddelande bör vara lättillgängliga och enkla att använda, och de bör anpassas till den form av reklam som utgivaren av politisk reklam distribuerar. Mekaniserna bör i möjligaste mån vara tillgängliga från själva reklammeddelandet, till exempel på utgivarens webbplats. Vid behov bör utgivare av politisk reklam vidta tekniska åtgärder för att säkerställa minimistandarder för it-säkerhet, inbegripet åtgärder för att förhindra automatiska anmälningar. Utgivare av politisk reklam bör, vid behov, kunna förlita sig på befintliga mekanismer. När utgivarna av politisk reklam exempelvis är tillhandahållare av onlinevärdtjänster i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 bör de, i fråga om politiska reklammeddelanden som hyses på begäran av mottagarna av deras tjänster, kunna förlita sig på mekaniserna för anmälan och åtgärder enligt den förordningen för anmälningar av att sådana reklammeddelanden inte är förenliga med den här förordningen. Om dessa mekanismer inte är tillgängliga bör enskilda personer kunna rapportera sådana politiska reklammeddelanden direkt till de behöriga myndigheterna.
- (70) För att säkerställa ett konsekvent genomförande av mekanismer som gör det möjligt att anmäla politisk reklam som eventuellt inte efterlever bestämmelserna bör kommissionen utarbeta riktlinjer, särskilt för att stödja utarbetandet av lämpliga tekniska specifikationer för mekaniserna som är anpassade för audiovisuella och tryckta medier samt online- och offlinereklam.
- (71) Utgivare av politisk reklam bör granska och behandla de anmälningar som mottagits i enlighet med denna förordning på ett omsorgsfullt, icke godtyckligt och objektivt sätt, i enlighet med vad som anges i denna förordning. Utgivaren av politisk reklam bör bekräfta att anmälan har mottagits och informera den fysiska eller juridiska person som gjorde anmälan om uppföljningen av den och tillhandahålla information om möjligheter till prövning, inbegripet, i tillämpliga fall, enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2020/1828^(*), med avseende på det reklammeddelande som anmälan avser. För att säkerställa att berörda sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster är medvetna om effekterna av anmälningar bör utgivaren av politisk reklam också informera de berörda sponserarna eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster om alla relevanta åtgärder som de vidtar efter anmälningar. För att säkerställa att dessa mekanismer fungerar ändamålsenligt under den sista månaden före

(*) Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2020/1828 av den 25 november 2020 om gruppaltalan för att skydda konsumenters kollektiva intressen och om upphävande av direktiv 2009/22/EG (EUT L 409, 4.12.2020, s. 1).

ett särskilt känsligt val eller en särskilt känslig folkomröstning, bör utgivare av politisk reklam som inte klassificeras som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU behandla erhållna anmälningar av ett reklammeddelande med koppling till valet eller folkomröstningen inom 48 timmar, förutsatt att anmälan kan behandlas helt på grundval av den information som ingår i anmälan.

- (72) Alla åtgärder som en utgivare av politisk reklam vidtar bör vara strikt målinriktade i den meningen att de först och främst bör tjäna till att korrigera eller komplettera den efterfrågade informationen och endast i sista hand avlägsna den specifika del av informationen som inte är förenlig med denna förordning. I samband med detta bör utgivaren av politisk reklam ta vederbörlig hänsyn till yttrandefriheten, informationsfriheten och andra grundläggande rättigheter.
- (73) För att göra det möjligt för vissa enheter att fullgöra sina uppgifter i demokratier är det lämpligt att fastställa regler för överföring av information som publiceras tillsammans med det politiska reklammeddelandet eller som ingår i transparensmeddelandet till berörda aktörer såsom utvalda forskare, journalister, organisationer i det civila samhället och erkända valobservatörer, för att stödja deras respektive roll i den demokratiska processen. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör inte vara skyldiga att besvara begäranden som är otvivelaktiga eller orimliga eller som avser information som de inte förfogar över. Dessutom bör den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ha rätt att ta ut en rimlig avgift vid avsevärda kostnader, med beaktande av de administrativa kostnaderna för att tillhandahålla informationen.
- (74) Personuppgifter som samlas in direkt från enskilda personer, eller indirekt såsom observerade eller härledda uppgifter, när personer grupperas utifrån sina förmodade intressen eller intressen som härleds genom deras onlineverksamhet, beteendeprofilering och annan analysteknik, används i allt högre grad för att rikta politiska budskap till grupper, enskilda väljare eller enskilda personer, och för att förstärka budskapens genomslagskraft. På grundval av behandlingen av personuppgifter, särskilt särskilda kategorier av personuppgifter enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 och Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1725, kan olika grupper av väljare eller enskilda personer segmenteras och deras egenskaper eller sårbarheter utnyttjas, till exempel genom att reklammeddelandena sprids vid särskilda tidpunkter och på särskilda platser som har valts specifikt för att dra nytta av de tillfällen där dessa personer skulle kunna vara mottagliga för en viss typ av information eller budskap. Sådan behandling av personuppgifter har specifika och skadliga effekter på enskilda personers grundläggande rättigheter och friheter, som till exempel rätten att behandlas rättvist och lika, att inte manipuleras, att erhålla objektiv information, att bilda sig en uppfattning, att fatta politiska beslut och att utöva sin rösträtt. Dessutom inverkar den negativt på den demokratiska processen eftersom den leder till en fragmentering av den allmänna debatten om viktiga samhällsfrågor, selektiv räckvidd och, i slutändan, manipulering av väljarkåren. Den ökar också risken för spridning av informationsmanipulering och utländsk inblandning. Vilseladande eller dold politisk reklam är en risk, eftersom den påverkar de centrala mekanismer som möjliggör ett fungerande demokratiskt samhälle. Ytterligare begränsningar och villkor utöver de som anges i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 bör fastställas. De krav som fastställs i den här förordningen när det gäller användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med politisk reklam bör grundas på artikel 16 i EUF-fördraget.
- (75) I enlighet med unionsrätten bör personuppgiftsansvariga, enligt definitionen i artikel 4.7 i förordning (EU) 2016/679, säkerställa att individuellt beslutsfattande inte påverkas av mörka mönster som antingen avsiktligt eller i praktiken snedvrider eller försämrar enskilda personers förmåga att fatta självständiga och välgrundade beslut, inbegripet genom användning av förkryssade rutor och annan vinklad och icke-transparent teknik som driver eller påverkar enskilda personer att fatta särskilda beslut som de annars kanske inte skulle ha fattat. Den systematiska användningen av mörka mönster, otydliga samtyckesavtal, vilseladande information och otillräcklig tid för att läsa igenom villkor är vanliga metoder för att göra det svårt för enskilda personer att få tydlig information och kontroll i samband med onlinereklamindustrin. Regler som förhindrar mörka mönster bör inte tolkas som att de hindrar personuppgiftsansvariga från att interagera direkt med enskilda personer. Personuppgiftsansvariga bör emellertid avstå från att upprepade gånger begära att en enskild person ska göra ett val när ett sådant val redan har gjorts, att

göra förfarandet för att återkalla ett samtycke betydligt tyngre än förfarandet för att lämna det, att göra vissa val svårare eller mer tidskrävande än andra eller att använda standardinställningar som är mycket svåra att ändra och som på ett orimligt sätt snedvrider enskilda personers beslutsfattande på ett sätt som snedvrider och hindrar deras självständighet, beslutsfattande och val. Mekanismen för att inhämta beslut från enskilda personer bör vara tydlig och lätt att använda, och alternativens relativa synlighet bör inte syfta till att påverka den enskilda personens beslut. Information till enskilda personer i detta avseende bör vara kortfattad och formulerad på ett klart och begripligt språk och göras tillgänglig på ett enkelt, väl synligt och direkt sätt.

- (76) Utgivare av politisk reklam som tillhandahåller eller använder annonsleveransteknik bör uppmantras att komma med lösningar som minimerar risken för diskriminering när politiska reklammeddelanden tillhandahålls på grundval av behandling av personuppgifter.
- (77) Inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper profilering med användning av sådana särskilda kategorier av personuppgifter som avses i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 bör förbjudas i samband med politisk onlinereklam. Det bör inte vara möjligt att förlita sig på de undantag som fastställs i artikel 9.2 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.2 i förordning (EU) 2018/1725 för användning av denna teknik i samband med politisk onlinereklam. Inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av andra personuppgifter än särskilda kategorier av personuppgifter i samband med politisk onlinereklam bör endast tillåtas om den grundar sig på personuppgifter som samlats in från de registrerade och med deras uttryckliga samtycke, som inhämtats specifikt för politisk reklam. Med tanke på den roll som politiska partier, stiftelser, föreningar och andra ideella organisationer spelar i vår demokrati bör sådana begränsningar inte påverka deras förmåga att kommunicera med sina medlemmar och före detta medlemmar och att sprida information, såsom nyhetsbrev, som är kopplad till deras politiska verksamhet, när de enbart använder abonnemangsuppgifter och personuppgifter som tillhandahålls av dessa. Förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 är tillämpliga på behandlingen av personuppgifter, och uttryckligt samtycke bör tolkas som samtycke i den mening som avses i dessa förordningar. När inriktningsteknik och annonsleveransteknik används på de villkor som anges i den här förordningen kan den vara användbar för att sprida politisk reklam och information och för att nå ut till och informera medborgarna.
- (78) Personuppgiftsansvariga bör inte använda personuppgifter som erhållits från tredje part för inriktning eller annonsleverans i samband med politisk reklam. För att bidra till att förhindra manipulativ microtargeting måste tillhandahållare av politiska reklamtjänster vidta särskilda åtgärder för att säkerställa att de personuppgifter som samlas in och behandlas för inriktning och annonsleverans i samband med politisk reklam begränsas till vad som är nödvändigt med avseende på det syftet, till exempel genom att begränsa alternativen för inriktning och annonsleverans i samband med politisk reklam som erbjuds tjänstemottagare till de alternativ som endast kräver en kombination av upp till fem kategorier.
- (79) Kravet på att inriktningen eller annonsleveransen i samband med politisk reklam inte får baseras på profilering med användning av särskilda kategorier av personuppgifter omfattar profilering med användning av särskilda kategorier av personuppgifter som härleds från personuppgifter som inte i sig utgör särskilda kategorier av personuppgifter. Detta kan till exempel vara fallet om en personuppgiftsansvarig använder personuppgifter som inte är särskilda kategorier av personuppgifter för att kategorisera registrerade som personer med viss religiös, filosofisk eller politisk övertygelse, oavsett om den kategoriseringen är riktig. Det bör inte ha någon betydelse hur kategorin betecknas om behandlingen av personuppgifter avslöjar en särskild kategori av personuppgifter. När användaren av ett socialt onlinenätverk besöker en viss sida eller använder en app eller en annan onlinefunktion eller onlinetjänst som rör en eller flera av de kategorier som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och, allt efter omständigheterna, uppger personuppgifter vid registrering, onlinebeställning eller annan interaktion med det

sociala nätverket, bör den behandling av personuppgifter som utförs av operatören av det sociala onlinenätverket anses vara *behandling av särskilda kategorier* av personuppgifter i den mening som avses i den artikeln, vilket i princip är förbjudet när denna behandling av uppgifter gör det möjligt att avslöja information som omfattas av en av dessa kategorier, oavsett om informationen avser en användare av det sociala nätverket eller någon annan fysisk person. Detta är fallet oavsett om den registrerade informerades om avsikten att använda sådana uppgifter för inriktning eller annonsleverans av politiska reklammeddelanden då uppgifterna samlades in.

- (80) Samtycke till behandling av personuppgifter ges och återkallas i enlighet med förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725. Sådant samtycke bör ges genom en entydig bekräftande handling eller ett uttalande som utgör en frivillig, specifik, informerad och otvetydig viljeytring genom vilken den registrerade godtar behandling av personuppgifter för politiska reklamändamål. Dessutom bör samtycke vid tillämpning av den här förordningen vara uttryckligt och ges separat för politiska reklamändamål. Vid tillämpningen av den här förordningen, inbegripet när samtycke till behandling av personuppgifter för inriktning eller annonsleverans i samband med politiska reklammeddelanden erhålls vid tillhandahållandet av en onlinetjänst, bör personuppgiftsansvariga inhämta samtycke genom att presentera en användarvänlig lösning för den registrerade så att vederbörande kan ge, ändra eller återkalla sitt samtycke på ett uttryckligt, tydligt och enkelt sätt. Personuppgiftsansvariga bör inte utforma, organisera eller driva gränssnitt på ett sätt som vilsleder, manipulerar eller på annat sätt väsentligt snedvrider eller försämrar den registrerades förmåga att frivilligt ge sitt samtycke för det specifika ändamålet. Vid tillämpningen av den här förordningen kan inte kravet på att inhämta samtycke till behandling av personuppgifter kringgås genom att man fastställer att den registrerade har gjort de berörda personuppgifterna tillgängliga för allmänheten. Det bör vara lika lätt att återkalla samtycke till behandling av personuppgifter för inriktning eller annonsleverans i samband med politisk reklam som att ge det. Att vägra eller återkalla samtycke bör inte vara svårare eller mer tidskrävande för den registrerade än att ge det. Elektroniska signaler som anger en enskild persons önskan att inte erhålla politisk reklam bör respekteras.
- (81) Mot bakgrund av domstolens dom av den 4 juli 2023 i mål C-252/21 ⁽⁹⁾, Meta Platforms m.fl. (Ett socialt nätverks användarvillkor), bör det stå de registrerade fritt att, i samband med politisk reklam, vägra att ge sitt samtycke till viss behandling av personuppgifter utan att behöva avstå helt från att få tillgång till en onlinetjänst. Enligt vad domstolen har slagit fast bör dessa användare erbjudas ett likvärdigt alternativ som inte åtföljs av sådan uppgiftsbehandling.
- (82) Mycket unga människor utgör en särskilt utsatt grupp som kan utnyttjas genom missbruk av inriktningsteknik och annonsleveransteknik. Även om dessa personer ännu inte har rätt att rösta kan de bli måltavlor för aktörer som vill manipulera debatten. Inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter för en registrerad som med rimlig säkerhet antas vara åtminstone ett år yngre än den röstårsålder som fastställs genom nationella regler, i samband med politisk reklam, bör därför vara förbjuden.
- (83) För att säkerställa ökad transparens och ansvarsskyldighet när inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam inbegriper behandling av personuppgifter, bör personuppgiftsansvariga tillämpa ytterligare krav på transparens. Sådana krav bör bland annat omfatta antagandet av en policy som beskriver användningen av sådan teknik och de viktigaste parametrarna, journalføring över användningen av tekniken, genomförande av en årlig riskbedömning av användningen av denna teknik med avseende på de grundläggande rättigheterna och friheterna samt tillhandahållande, tillsammans med en indikation om att ett reklammeddelande är ett politiskt reklammeddelande, av ytterligare information som behövs för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken.

⁽⁹⁾ Domstolens dom av den 4 juli 2023, Meta Platforms m.fl. (Ett socialt nätverks användarvillkor), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) Kraven på transparens och ansvarsskyldighet bör gälla för alla personuppgiftsansvariga oavsett om den personuppgiftsansvarige agerar för egen räkning eller tillsammans med tillhandahållaren av politiska reklamtjänster eller är samma enhet som utgivaren av politisk reklam. Om den personuppgiftsansvarige inte är densamma som utgivaren av politisk reklam bör den personuppgiftsansvarige översända den interna policyn till utgivaren av politisk reklam och säkerställa att övrig information som är nödvändig för efterlevnaden av denna förordning meddelas utgivaren av politisk reklam i lämplig tid och på ett korrekt sätt.
- (85) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör översända den information till utgivarna av politisk reklam som dessa behöver för att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Översändandet av sådan information skulle kunna automatiseras och integreras i de ordinarie affärsprocesserna på grundval av standarder.
- (86) För att ge enskilda personer ytterligare möjlighet att utöva sina rättigheter till skydd av personuppgifter bör utgivare av politisk reklam tillhandahålla de berörda registrerade ytterligare information och ändamålsenliga verktyg för att stödja deras utövande av sina rättigheter enligt unionens rättsliga ram för uppgiftsskydd, vilket inbegriper den registrerades rätt att ändra sina personuppgifter eller återkalla sitt samtycke när ett politiskt reklammeddelande riktas till honom eller henne. Denna information bör också vara lätt att tillgå direkt från transparensmeddelandet. De verktyg som enskilda personer har till sitt förfogande till stöd för utövandet av sina rättigheter bör på ett ändamålsenligt sätt kunna förhindra att en enskild person utsätts för politiska reklammeddelanden och förhindra inriktning på grundval av specifika kriterier och av en eller flera specifika personuppgiftsansvariga.
- (87) Information som ska tillhandahållas i enlighet med alla krav som är tillämpliga på användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik enligt denna förordning bör presenteras i en form som är lättillgänglig, klart synlig och användarvänlig, bland annat genom användning av klarspråk, och tillgänglig för personer med funktionsnedsättning.
- (88) Det är lämpligt att fastställa regler för överföring av information om inriktning och annonsleverans till andra berörda enheter. Det tillämpliga systemet bör vara förenligt med det system för informationsöverföring som är kopplat till transparenskraven.
- (89) Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade i ett tredjeland och som erbjuder tjänster i unionen bör utse en bemyndigad rättslig företrädare i unionen som registrerats hos den behöriga myndighet som har utsetts av varje medlemsstat, för att en ändamålsenlig tillsyn av denna förordning i förhållande till dessa tillhandahållare ska möjliggöras. Den rättsliga företrädaren kan vara den företrädare som utsetts på grundval av artikel 27 i förordning (EU) 2016/679 eller den rättsliga företrädare som utsetts på grundval av artikel 13 i förordning (EU) 2022/2065. Medlemsstaterna bör föra ett offentligt register över alla rättsliga företrädare som registrerats på deras territorium enligt den här förordningen, och kommissionen bör inrätta och underhålla en allmänt tillgänglig portal som är kopplad till de webbsidor som medlemsstaterna tillhandahåller. Med tanke på hur viktigt detta krav är för en ändamålsenlig kontroll av efterlevnaden av den här förordningen i förhållande till tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerade i ett tredjeland, samt för att upprätthålla lika villkor för alla tillhandahållare av politiska reklamtjänster på den inre marknaden, bör medlemsstaterna, i avsaknad av en utsett rättslig företrädare, vidta alla lämpliga åtgärder för att säkerställa efterlevnad av den här förordningen, inbegripet genom att avbryta publiceringen eller spridningen av de relevanta politiska reklammeddelandena om det inte är möjligt att på annat sätt säkerställa efterlevnaden.
- (90) För en ändamålsenlig tillsyn av denna förordning är det nödvändigt att ge tillsynsmyndigheterna befogenhet att övervaka och verkställa de relevanta reglerna och säkerställa att de har de resurser som de behöver för att utföra sina uppgifter enligt denna förordning. Beroende på varje medlemsstats rättsystem och i linje med befintlig unionsrätt, inbegripet förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2022/2065, får olika nationella rättsliga eller administrativa myndigheter utses för detta ändamål.

- (91) När det gäller tillsyn av onlinebaserade förmedlingsjänster enligt denna förordning bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter för detta ändamål och säkerställa att tillsynen är förenlig med den tillsyn som utförs av de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med artikel 49 i förordning (EU) 2022/2065. Samordnare av digitala tjänster, utsedda i enlighet med den förordningen, i varje medlemsstat bör under alla omständigheter ansvara för att säkerställa samordning i dessa frågor på nationell nivå, och vid behov inleda gränsöverskridande samarbete med andra samordnare för digitala tjänster i enlighet med de mekanismer som fastställs i den förordningen. Vid tillämpning av den här förordningen bör denna mekanism begränsas till det nationella samarbetet mellan samordnare av digitala tjänster och inte omfatta unionsnivå i enlighet med förordning (EU) 2022/2065. I den mån kommissionen har exklusiv behörighet att övervaka mycket stora onlineplattformar och mycket stora sökmotorer i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 och kontrollera att de fullgör de skyldigheter som föreskrivs i den förordningen, bör kommissionen bedöma dessa aktörers fullgörande av sina skyldigheter avseende den europeiska databasen över politiska reklammeddelanden online.
- (92) För tillsyn av de aspekter av denna förordning som inte omfattas av tillsynsmyndigheternas behörighet enligt förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 bör medlemsstaterna utse behöriga myndigheter som ska övervaka och kontrollera efterlevnaden av relevanta regler. För att stödja upprätthållandet av grundläggande rättigheter och friheter, rättsstatsprincipen, demokratiska principer och allmänhetens förtroende för tillsynen av politisk reklam behöver dessa myndigheter vara opartiska, strukturellt oberoende av inblandning utifrån och av politiska påtryckningar samt ha lämpliga befogenheter att ändamålsenligt övervaka och vidta de åtgärder som krävs för att säkerställa efterlevnaden av den här förordningen, särskilt dess krav på märkning och transparens. Förutom att medlemsstaterna kan utse särskilt nationella regleringsmyndigheter eller regleringsorgan i enlighet med artikel 30 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU⁽¹⁾, skulle de också kunna utse andra myndigheter, såsom valmyndigheter eller rättsliga myndigheter.
- (93) För att stödja tillsynsmyndigheterna i deras uppgifter bör kommissionen begära att Europeiska dataskyddsstyrelsen utfärdar riktlinjer till de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 för behandlingen av särskilda kategorier av personuppgifter för inriktning eller tillhandahållande av politiska reklammeddelanden, inbegripet för villkoren för att erhålla samtycke i samband med inriktning eller tillhandahållande av politiska reklammeddelanden och för samarbetet mellan sådana myndigheter och andra myndigheter som ansvarar för tillämpningen och efterlevnaden av de krav som fastställs i den här förordningen.
- (94) Oberoende tillsynsmyndigheter enligt förordning (EU) 2016/679 bör få stöd för att fullt ut utnyttja sina befogenheter enligt den förordningen att övervaka det skydd av personuppgifter som tillhandahålls enligt den här förordningen, inbegripet enligt samarbetsförfarandet, mekanismen för enhetlighet och, i synnerhet, det skyndsamma förfarandet. Perioden före val eller folkomröstningar är särskilt viktig för politiska kampanjer, för att påverka medborgarna att bilda politiska åsikter och utöva sin rösträtt. Det är också under denna period som överträdelser av tillämpliga regler är särskilt kännbara, eftersom korrigerande åtgärder vanligtvis behöver vidtas före valet för att vara verkningsfulla. Därför kan överträdelser av de regler som är tillämpliga på behandlingen av personuppgifter för inriktning av politisk reklam under den perioden få särskilt allvarliga negativa konsekvenser för medborgarnas rättigheter, inbegripet deras frihet att bilda åsikter utan otillbörlig påverkan och informationsfriheten. För att säkerställa snabba åtgärder för att skydda enskilda rättigheter och friheter under den kritiska perioden innan röstningen äger rum vid ett val bör dataskyddsmyndigheterna säkerställa att de kan agera snabbt för att hävda de berörda registrerade rättigheter. I detta syfte bör dataskyddsmyndigheterna använda de verktyg som föreskrivs i förordning (EU) 2016/679 för att samarbeta och bistå varandra, inbegripet i förekommande fall det skyndsamma förfarandet i artikel 66 i den förordningen.

⁽¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU av den 10 mars 2010 om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster) (EUT L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (95) De behöriga myndigheter som ansvarar för tillämpningen av denna förordning får inte avvika från de beslut som fattats av de tillsynsmyndigheter som ansvarar för tillämpningen av förordning (EU) 2016/679 och som avses i artikel 51 i den förordningen, men dessa behöriga myndigheter kan behöva bedöma om politisk reklam är förenlig med den förordningen vid tillämpningen av den här förordningen. Enligt artikel 4.3 i EU-fördraget ska dessa behöriga myndigheter och tillsynsmyndigheter samarbeta lojalt med varandra och iakta sina respektive befogenheter och ansvarsområden för att säkerställa en konsekvent tillämpning av båda förordningarna.
- (96) Om det redan finns regler i unionsrätten om tillhandahållande av information till behöriga myndigheter och om samarbete med och mellan dessa myndigheter, såsom artikel 9 i förordning (EU) 2022/2065 eller de som fastställs i förordning (EU) 2016/679, bör dessa regler gälla i tillämpliga delar för de relevanta bestämmelserna i den här förordningen.
- (97) För att stödja en ändamålsenlig tillämpning, tillsyn och efterlevnad av bestämmelserna i denna förordning, och utan att det påverkar tillämpningen av förordningarna (EU) 2016/679, (EU) 2018/1725 och (EU) 2022/2065, är det nödvändigt att fastställa vilken behörig myndighet som bör vara ansvarig när politiska reklamtjänster tillhandahålls i mer än en medlemsstat, eller när tillhandahållaren av politiska reklamtjänster bedriver sin huvudsakliga verksamhet utanför den medlemsstat där dess huvudsakliga verksamhetsställe eller utsedda rättsliga företrädare finns. Om en tillhandahållare av tjänster tillhandahåller politiska reklamtjänster i mer än en medlemsstat bör den eller de behöriga myndigheterna i den medlemsstat där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe normalt ansvara för en ändamålsenlig tillämpning, tillsyn och kontroll av efterlevnaden av bestämmelserna i den här förordningen. Vid fastställandet av var en tillhandahållare av politiska reklamtjänster har sitt huvudsakliga verksamhetsställe bör de behöriga myndigheterna beakta var tillhandahållaren har sitt huvudkontor eller säte där de huvudsakliga finansiella funktionerna och den operativa ledningen utövas.
- (98) När de behöriga myndigheterna i alla medlemsstater utövar sina övervaknings- och efterlevnadsbefogenheter bör de vid behov samarbeta med och bistå varandra. Om en misstänkt överträdelse av denna förordning endast inbegriper den eller de behöriga myndigheter där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte har sitt huvudsakliga verksamhetsställe, bör den eller de relevanta behöriga myndigheterna underrätta den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns, och den myndigheten bör bedöma ärendet och, i tillämpliga fall, vidta nödvändiga utrednings- och efterlevnadsåtgärder.
- (99) För att ytterligare underlätta en ändamålsenlig tillämpning och kontroll av efterlevnaden av denna förordning vid tillhandahållandet av gränsoverskridande tjänster bör det – om utredningen av en påstådd överträdelse av denna förordning gäller tillhandahållande av politiska reklamtjänster i en eller flera medlemsstater där tillhandahållaren inte har sitt huvudsakliga verksamhetsställe – vara möjligt för den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns att inleda och leda en gemensam utredning med deltagande av berörda behöriga myndigheter.
- (100) De myndigheter som är behöriga att utöva tillsyn över denna förordning bör, när så är lämpligt, samarbeta med varandra, både på unionsnivå och på nationell nivå, och på bästa sätt utnyttja befintliga strukturer, däribland nationella samsamarbetsnätverk, det europeiska nätverk för valsamarbete som avses i kommissionens rekommendation av den 12 september 2018 om nätverk för valsamarbete, insyn på nätet, skydd mot cyberincidenter och bekämpning av desinformationskampanjer i samband med val till Europaparlamentet, den europeiska nämnd för digitala tjänster som inrättats genom förordning (EU) 2022/2065 och den europeiska grupp av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster som inrättats genom direktiv 2010/13/EU. Ett sådant samarbete bör underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter enligt den här förordningen, bland annat genom att de gemensamt identifierar överträdelser, delar med sig av resultat och sakkunskap och samarbetar om tillämpningen och kontrollen av efterlevnaden av relevanta regler.

- (101) För att säkerställa ett ändamålsenligt och strukturerat samarbete mellan alla behöriga myndigheter om alla aspekter av denna förordning bör de nationella kontaktpunkter som är utsedda av medlemsstaterna sammanträda regelbundet på unionsnivå i nätverket för nationella kontaktpunkter. I syfte att stärka samarbetet och utbytet av information och praxis på unionsnivå bör nätverket föra ett nära samarbete med det europeiska valsamarbetsnätverket, den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster och andra relevanta nätverk eller organ.
- (102) För att underlätta en ändamålsenlig tillämpning av de skyldigheter som fastställs i denna förordning är det nödvändigt att ge de nationella myndigheterna befogenhet att begära relevant information från tillhandahållarna av politiska reklamtjänster om transparens när det gäller politisk reklam. Den information som ska översändas till de behöriga myndigheterna kan avse en reklamskampanj, vara sammanställd per år eller avse specifika reklammeddelanden. För att säkerställa att begäranden om sådan information kan tillgodoses på ett ändamålsenligt och effektivt sätt och samtidigt säkerställa att tillhandahållare av politiska reklamtjänster inte utsätts för oproportionella bördor, är det nödvändigt att fastställa vissa villkor för sådana begäranden. För en rättidig övervakning av en valprocess bör tillhandahållare av politiska reklamtjänster snabbt besvara begäranden från behöriga myndigheter, inom en given tidsperiod. Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning bör åsidosättandet av dessa skyldigheter anses ha en negativ och allvarlig inverkan på medborgarnas rättigheter, och tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör därför tillhandahålla den begärda informationen inom en kortare given tidsperiod. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som klassificeras som mikroföretag och små företag enligt artikel 3.1 och 3.2 i direktiv 2013/34/EU bör tillhandahålla den begärda informationen utan oskäligt dröjsmål och om möjligt före valdagen eller dagen för folkomröstningen. Av rättssäkerhetsskäl och i överensstämmelse med rätten till försvar bör begäranden från en behörig myndighet om att lämna information innehålla en lämplig motivering och information om tillgängliga rättsmedel.
- En sådan motivering behövs eventuellt inte om utlämnandet av skälen för begäran om information uppenbart skulle äventyra förebyggandet, avslöjandet, utredningen och lagföringen av brott eller allvarliga administrativa förseelser. Vid fastställande av allvarlighetsgraden hos en administrativ förseelse som motiverar ett sådant undantag bör man beakta inte bara den sanktionsavgift eller sanktion som kan fastställas enligt denna förordning, utan även de negativa konsekvenser den kan få för ett val, en folkomröstning eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster bör utse kontaktpunkter för samverkan med de behöriga myndigheterna. Sådana kontaktpunkter kan vara elektroniska. Det framgår av fast rättspraxis från Europeiska unionens domstol att skyddet för såväl fysiska som juridiska personer mot godtyckliga eller oproportionella ingripanden från offentliga myndigheters sida i dessa personers privata sfär utgör en allmän unionsrättslig princip. Detta skydd får åberopas av en person som en rättighet som säkerställs enligt unionsrätten, i den mening som avses i artikel 47 första stycket i stadgan, för att väcka talan vid domstol mot en rättsakt som går emot denna person, såsom ett föreläggande att lämna information eller en påföljd som fastställts till följd av att föreläggandet inte har följts.
- (103) Medlemsstaterna bör utse en behörig myndighet som en nationell kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av denna förordning. Kontaktpunkten bör om möjligt vara medlem i det europeiska nätverket för valsamarbete. Den nationella kontaktpunkten bör underlätta samarbetet mellan medlemsstaternas behöriga myndigheter i deras tillsyns- och efterlevnadsuppgifter, särskilt genom att samverka med de nationella kontaktpunkterna i andra medlemsstater och med andra behöriga myndigheter i den egna medlemsstaten.
- (104) Medlemsstaternas myndigheter bör säkerställa att sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster som åsidosätter de skyldigheter som fastställs i denna förordning bestraffas med sanktionsavgifter eller ekonomiska sanktioner eller, i tillämpliga fall, andra åtgärder, inbegripet löpande vite. När de gör detta bör de ta hänsyn till överträdelsens art, allvar, frekvens och varaktighet med tanke på det allmänintresse som står på spel, omfattningen och typen av den verksamhet som bedrivs samt, i tillämpliga fall, överträdarens storlek och ekonomiska kapacitet. Dessutom bör medlemsstaternas myndigheter beakta huruvida den berörda sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster systematiskt eller återkommande underlåter att fullgöra dessa skyldigheter, bland annat genom att skjuta upp tillhandahållandet av information till berörda enheter, samt, i förekommande fall, huruvida

tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är verksam i flera medlemsstater. Sanktioner bör i varje enskilt fall vara effektiva, proportionella och avskräckande, med vederbörlig hänsyn till att tillräckliga och tillgängliga rätts säkerhetsgarantier tillhandahålls, särskilt behovet av att säkerställa att den politiska debatten förblir öppen och tillgänglig. Vissa skyldigheter spelar en avgörande roll för att faktiskt uppnå målen i denna förordning, och åsidosättanden av dessa skyldigheter bör betraktas som särskilt allvarliga.

- (105) Det bör vara möjligt för enskilda personer eller enheter att lämna in klagomål till behöriga myndigheter för att underrätta dem om omständigheter som kan utgöra en överträdelse av denna förordning. Det är viktigt att komma ihåg att andra administrativa förfaranden som föreskrivs i unionsrätten också kan vara tillämpliga i detta sammanhang. De registrerade har till exempel rätt att lämna in klagomål om överträdelse som rör behandlingen av deras personuppgifter till de tillsynsmyndigheter som utsetts enligt förordning (EU) 2016/679. Dessutom är det även möjligt för enskilda personer eller enheter att inge klagomål till de samordnare för digitala tjänster som utsetts enligt förordning (EU) 2022/2065 mot tillhandahållare av förmedlingstjänster om påstådda överträdelse av den förordningen. Utan att det påverkar dessa förfaranden eller andra tillgängliga administrativa förfaranden eller rättsmedel bör de behöriga myndigheterna behandla sådana klagomål, bland annat genom att informera klaganden om den uppföljning som gjorts. När en behörig myndighet underrättas om ett klagomål som faller inom ansvarsområdet för en behörig myndighet i en annan medlemsstat bör den utan oskäligt dröjsmål vidarebefordra klagomålet till den behöriga myndigheten.
- (106) De behöriga myndigheternas utövande av sina befogenheter enligt denna förordning bör omfattas av lämpliga rätts säkerhetsgarantier i enlighet med unionsrätten och nationell rätt, inbegripet effektiva rättsmedel och rättssäkerhet.
- (107) För att underlätta för tillhandahållare av tjänster och andra berörda enheter att följa bestämmelserna i denna förordning bör man i lämplig tid ge dem lättillgänglig information om datumen för nationella val och folkomröstningar. Medlemsstaterna bör därför offentliggöra datum för sina val och folkomröstningar och, i tillämpliga fall, datum för sina valperioder. Denna information bör vara lättillgänglig och ges i lämplig tid. De bör också tillhandahålla denna information till allmänheten via en portal som görs tillgänglig av kommissionen, omedelbart efter det att datumen har tillkännagivits.
- (108) För att stödja nationella behöriga myndigheters ändamålsenliga genomförande av denna förordning uppmantras kommissionen att vid behov utarbeta riktlinjer för identifiering av politisk reklam och tillämpning av sanktioner.
- (109) I syfte att uppnå målen med denna förordning bör befogenheten att anta akter i enlighet med artikel 290 i EUFördraget delegeras till kommissionen med avseende på den information som ska ingå i transparensmeddelandet och med avseende på informationen om användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik. Det är särskilt viktigt att kommissionen genomför lämpliga samråd under sitt förberedande arbete, inklusive på expertnivå, och att dessa samråd genomförs i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstiftning⁽¹²⁾. För att säkerställa lika stor delaktighet i förberedelsen av delegerade akter erhåller Europaparlamentet och rådet alla handlingar samtidigt som medlemsstaternas experter, och deras experter ges systematiskt tillträde till möten i kommissionens expertgrupper som arbetar med förberedelse av delegerade akter.
- (110) För att säkerställa enhetliga villkor för genomförandet av denna förordning bör kommissionen tilldelas genomförandebefogenheter. Dessa befogenheter bör utövas i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 182/2011⁽¹³⁾.

⁽¹²⁾ EUT L 123, 12.5.2016, s. 1.

⁽¹³⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 182/2011 av den 16 februari 2011 om fastställande av allmänna regler och principer för medlemsstaternas kontroll av kommissionens utövande av sina genomförandebefogenheter (EUT L 55, 28.2.2011, s. 13).

- (111) Senast två år efter varje val till Europaparlamentet bör kommissionen lägga fram en offentlig rapport om utvärderingen och översynen av denna förordning. Vid utarbetandet av rapporten bör kommissionen också beakta genomförandet av denna förordning i samband med andra val och folkomröstningar i unionen.
- (112) Eftersom målen för denna förordning, nämligen att bidra till en välfungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster och att fastställa regler för användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med publicering och spridning av politisk reklam, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna utan snarare kan uppnås bättre på unionsnivå, kan unionen vidta åtgärder i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i fördraget om Europeiska unionen. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går denna förordning inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.
- (113) Denna förordning påverkar inte tillämpningen av bestämmelserna i direktiven 2000/31/EG⁽¹⁹⁾, 2002/58/EG⁽²⁰⁾, 2005/29/EG⁽²¹⁾, 2006/114/EG⁽²²⁾, 2006/123/EG⁽²³⁾, 2010/13/EU och 2011/83/EU⁽²⁴⁾ samt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150⁽²⁵⁾ och förordning (EU) 2022/2065, inbegripet ansvarsreglerna för tjänstelevererande mellanhänder i artiklarna 4, 5, 6 och 8 i den förordningen. Den här förordningen bör komplettera unionens dataskyddsregelverk, särskilt förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 och direktiv 2002/58/EG.
- (114) Europeiska datatillsynsmannen har hörts i enlighet med artikel 42.1 i förordning (EU) 2018/1725 och avgav ett yttrande den 20 januari 2022⁽²⁶⁾.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL I

ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

Artikel 1

Innehåll och mål

1. I denna förordning fastställs följande:

- ⁽¹⁹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (*Direktiv om elektronisk handel*) (EGT L 178, 17.7.2000, s. 1).
- ⁽²⁰⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation (direktiv om integritet och elektronisk kommunikation) (EGT L 201, 31.7.2002, s. 37).
- ⁽²¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (*Direktiv om otillbörliga affärsmetoder*) (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22).
- ⁽²²⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/114/EG av den 12 december 2006 om vilseledande och jämförande reklam (EUT L 376, 27.12.2006, s. 21).
- ⁽²³⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden (EUT L 376, 27.12.2006, s. 36).
- ⁽²⁴⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG (EUT L 304, 22.11.2011, s. 64).
- ⁽²⁵⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster (EUT L 186, 11.7.2019, s. 57).
- ⁽²⁶⁾ EUT C 145, 1.4.2022, s. 12.

- a) Harmoniserade regler, inbegripet krav på transparens och därmed sammanhängande skyldigheter avseende tillbörlig aktsamhet, för tillhandahållande av politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster och, i tillämpliga fall, för sponsorer, för insamling, lagring, utlämnande och offentliggörande av information i samband med tillhandahållandet av sådana tjänster på den inre marknaden.
 - b) Harmoniserade regler för användning av inriktningsteknik och annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med tillhandahållande av politisk onlinereklam.
 - c) Regler för tillsyn och kontroll av efterlevnaden av denna förordning, inbegripet samarbete och samordning mellan behöriga myndigheter.
2. Politiska åsikter och annat redaktionellt innehåll som omfattas av redaktionellt ansvar, oavsett i vilket medium de framförs, ska inte anses vara politisk reklam såvida inte särskild betalning eller annan ersättning erläggs för, eller i samband med, deras utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av tredje parter.
 3. Politiska åsikter som uttrycks av en individ i dennes egenskap av privatperson ska inte betraktas som politisk reklam.
 4. Målen med denna förordning är
 - a) att bidra till en väl fungerande inre marknad för politisk reklam och därmed sammanhängande tjänster,
 - b) att skydda de grundläggande fri- och rättigheter som fastställs i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, särskilt rätten till privatliv och skyddet av personuppgifter.

Artikel 2

Tillämpningsområde

1. Denna förordning är tillämplig på politisk reklam när det politiska reklammeddelandet sprids i unionen, offentliggörs i en eller flera medlemsstater eller riktas till unionsmedborgare, oberoende av var tillhandahållaren av politiska reklamtjänster är etablerad eller var sponsorn är bosatt eller etablerad, och oberoende av vilka medel som används.
2. Denna förordning ska inte påverka innehållet i politiska reklammeddelanden eller unionsregler eller nationella regler som reglerar andra aspekter som rör politisk reklam än de som omfattas av denna förordning, inbegripet reglerna för organisering, finansiering och genomförande av politiska kampanjer, reglerna för allmänna förbud mot eller begränsningar av politisk reklam under givna tidsperioder och, i tillämpliga fall, reglerna för valperioder.
3. Denna förordning påverkar inte tillämpningen av de regler som fastställs i följande rättsakter:
 - a) Direktiv 2000/31/EG.
 - b) Direktiv 2002/58/EG.
 - c) Direktiv 2005/29/EG.
 - d) Direktiv 2006/114/EG.
 - e) Direktiv 2006/123/EG.
 - f) Direktiv 2010/13/EU.
 - g) Direktiv 2011/83/EU.
 - h) Förordning (EU) 2019/1150.
 - i) Förordning (EU) 2022/2065.

Artikel 3

Definitioner

I denna förordning avses med

1. *tjänst*: prestation som utförs av egenföretagare, normalt mot ersättning, enligt definitionen i artikel 57 i EUF-fördraget.
2. *politisk reklam*: utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning, oberoende av metod, av ett budskap som normalt tillhandahålls mot ersättning eller genom intern verksamhet eller som en del av en politisk reklamkampanj
 - a) av, för eller på uppdrag av en politisk aktör eller för dennes räkning, såvida det inte är av rent privat eller rent kommersiellt slag, eller
 - b) som kan och är utformat för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå,

och inte omfattar

- ii) offentlig kommunikation som syftar till att tillhandahålla officiell information till allmänheten av, för eller på uppdrag av en medlemsstats offentliga myndighet eller av, för eller på uppdrag av medlemmar av en medlemsstats regering, förutsatt att de inte är ansvariga för och utformade för att påverka resultatet av ett val eller en folkomröstning, ett röstbeteende eller en lagstiftnings- eller regleringsprocess,
 - iii) presentation av kandidater på särskilda offentliga platser eller i medier som uttryckligen föreskrivs i lag och som tilldelas kostnadsfritt samtidigt som likabehandling av kandidater säkerställs.
3. *politisk reklammeddelande*: konkret förekomst av politisk reklam som publiceras, tillhandahålls eller sprids oberoende av metod.
4. *politisk aktör*: något av följande:
 - a) *ett politiskt parti* enligt definitionen i artikel 2.1 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014 eller en enhet som har direkt eller indirekt anknytning till ett sådant politiskt partis verksamhetsområde,
 - b) *en politisk allians* enligt definitionen i artikel 2.2 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,
 - c) *ett europeiskt politiskt parti* enligt definitionen i artikel 2.3 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014,
 - d) en kandidat till eller innehavare av ett förtroendeuppdrag på unionsnivå, nationell, regional och lokal nivå eller till en ledarpost inom ett politiskt parti,
 - e) en medlem av en unionsinstitution, med undantag av Europeiska unionens domstol, Europeiska centralbanken och revisionsrätten, eller av en regering i medlemsstaterna på nationell, regional eller lokal nivå,
 - f) en politisk kampanjorganisation, med eller utan status som juridisk person, som inrättats enbart för att påverka ett resultat i ett val eller en folkomröstning,
 - g) varje fysisk eller juridisk person som företräder eller agerar för någon av de personer eller organisationer som avses i a–f och som främjar de politiska målen för någon av dessa personer eller organisationer.

5. *politisk reklamtjänst*: tjänst som består i politisk reklam, med undantag av en onlinebaserad förmedlingstjänst enligt definitionen i artikel 3 g i förordning (EU) 2022/2065, och som tillhandahålls utan ersättning för utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av budskapet i fråga.
6. *tillhandahållare av politiska reklamtjänster*: fysisk eller juridisk person som tillhandahåller politiska reklamtjänster, med undantag för rena sidotjänster.
7. *politisk reklamkampanj*: utarbetande, placering, främjande, publicering, tillhandahållande eller spridning av en rad sammanhängande politiska reklammeddelanden inom ramen för ett avtal om politisk reklam, på grundval av gemensamt utarbetande, gemensam sponsring eller gemensam finansiering.
8. *mycket stor onlineplattform*: onlineplattform som betecknas som en mycket stor onlineplattform enligt artikel 33.4 i förordning (EU) 2022/2065.
9. *mycket stor onlinesökmotor*: en onlinesökmotor som betecknas som en mycket stor onlinesökmotor enligt artikel 33.4 i förordning (EU) 2022/2065.
10. *sponsor*: den fysiska eller juridiska person på vars begäran eller för vars räkning ett politiskt reklammeddelande utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids.
11. *inriktningsteknik*: teknik som används för att rikta politiska reklammeddelanden till en viss person eller grupp av personer eller för att utesluta dem genom behandling av personuppgifter.
12. *annonsleveransteknik*: optimeringsteknik som används för att öka spridning, räckvidd eller synlighet för politiska reklammeddelanden baserat på automatiserad behandling av personuppgifter och som kan användas för att visa det politiska reklammeddelandet enbart för en viss person eller grupp av personer.
13. *utgivare av politisk reklam*: en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som publicerar, tillhandahåller eller sprider politisk reklam, oavsett medium.
14. *personuppgiftsansvarig*: personuppgiftsansvarig enligt definitionen i artikel 4.7 i förordning (EU) 2016/679 eller, i tillämpliga fall, enligt definitionen i artikel 3.8 i förordning (EU) 2018/1725.

Artikel 4

Inreklamprincipen

1. Medlemsstaterna får inte av transparens-skäl i fråga om politisk reklam behålla eller införa bestämmelser eller åtgärder som avviker från bestämmelserna i denna förordning.
2. Tillhandahållande av politiska reklamtjänster får inte förbjudas eller begränsas, inbegripet geografiskt, av transparens-skäl när kraven i denna förordning är uppfyllda.

Artikel 5

Tillhandahållande av politiska reklamtjänster i unionen

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster får inte göra tillhandahållandet av sina tjänster till föremål för diskriminerande begränsningar enbart på grundval av sponsorns bosättningsort eller etableringsort.

SV

EUT L, 20.3.2024

Tillhandahållare av politiska reklamtjänster får inte begränsa tillhandahållandet av sina tjänster till ett *europiskt politiskt parti* enligt definitionen i artikel 2.3 i förordning (EU, Euratom) nr 1141/2014, eller till en politisk grupp i Europaparlamentet, enbart på grundval av dess etableringsort.

2. Utan att det påverkar tillämpningen av strängare nationella regler ska politiska reklamtjänster i samband med ett val eller en folkomröstning som anordnas på unionsnivå eller på nationell, regional eller lokal nivå i en medlemsstat, under de sista tre månaderna före detta val eller denna folkomröstning, endast tillhandahållas en sponsor, eller tjänstetillhandahållare som agerar på uppdrag av en sponsor, som förklarar sig vara

- a) en unionsmedborgare, eller
- b) en tredjelandsmedborgare som är permanent bosatt i unionen och som har rösträtt i det valet eller den folkomröstningen i enlighet med nationell rätt i bosättningsmedlemsstaten, eller
- c) en juridisk person som är etablerad i unionen och som inte ytterst ägs eller kontrolleras av en tredjelandsmedborgare, med undantag av tredjelandsmedborgare som avses i led b, eller av en juridisk person som är etablerad i ett tredjeland.

KAPITEL II

SKYLDIGHETER AVSEENDE TRANSPARENS OCH TILLBÖRLIG AKTSAMHET I POLITISKA REKLAMTJÄNSTER

Artikel 6

Krav på transparens och tillbörlig aktsamhet för politiska reklamtjänster

1. Politiska reklamtjänster ska tillhandahållas på ett transparent sätt i enlighet med de skyldigheter som fastställs i denna artikel och artiklarna 7–17 och 21.
2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtalsarrangemang som ingås för tillhandahållandet av en politisk reklamtjänst möjliggör efterlevnad av de relevanta bestämmelserna i denna förordning, inbegripet de som rör ansvarsfördelningen och bestämmelserna om informationens fullständighet och korrekthet.

Artikel 7

Identifiering av politiska reklamtjänster

1. Tillhandahållare av reklamtjänster ska begära att sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning uppger huruvida den reklamtjänst de begär att tjänstetillhandahållaren ska utföra utgör en politisk reklamtjänst i den mening som avses i artikel 3.5 och huruvida de uppfyller några av kraven i artikel 5.2. Sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska uppge sådana förklaringar sanningsenligt och ansvara för riktigheten.
2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att de avtal som ingåtts för tillhandahållande av en politisk reklamtjänst föreskriver att sponsorn eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsorerers räkning ska tillhandahålla förklaringen i enlighet med punkt 1 i denna artikel och relevant information som är nödvändig för att uppfylla kraven i artiklarna 9.1, 11.1 och 12.1. Informationen ska överföras på ett fullständigt och korrekt sätt och utan oskäligt dröjsmål.

EUT L, 20.3.2024

SV

3. Sponsorer ska tillhandahålla och säkerställa riktigheten i den information som är nödvändig för att tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska uppfylla kraven i artiklarna 9.1 a, d, e och f, 11.1 a–d och 12.1 a, b, c, e, h och k, före eller under perioden för offentliggörande, tillhandahållande eller spridning av det politiska reklammeddelandet.

Om en sponsor, eller en tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för en sponsors räkning, får kännedom om att information som den har överfört har ändrats, ska denne säkerställa att uppdaterad information överförs till den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster på ett snabbt, fullständigt och korrekt sätt.

När sponsorn eller tillhandahållaren av reklamtjänster får kännedom om att information som har översänts till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt, ska denne utan oskäligt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren och översända kompletterad eller korrigerad information till den utgivaren av politisk reklam.

4. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska begära att sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsors räkning, som i enlighet med denna artikel lämnar in en förklaring eller upplysning som är uppenbart felaktig, korrigerar den förklaringen eller upplysningen. Sponsorer, eller tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsors räkning, ska göra sådana korrigeringar på ett fullständigt och korrekt sätt och utan onödigt dröjsmål.

5. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som använder ett onlinegränssnitt ska säkerställa att onlinegränssnittet utformas och organiseras på ett sätt som gör det lättare för sponsorer och tillhandahållare av reklamtjänster som agerar för sponsors räkning att fullgöra sina skyldigheter enligt punkt 1 i denna artikel och i artikel 9.1.

Artikel 8

Identifiering av ett politiskt reklammeddelande

1. Vid fastställandet av huruvida ett budskap utgör ett politiskt reklammeddelande i den mening som avses i artikel 3.2 b ska hänsyn tas till dess särdrag, såsom följande:

- a) Budskapets innehåll.
- b) Budskapets sponsor.
- c) Det språk som används för att förmedla budskapet.
- d) Det sammanhang i vilket budskapet förmedlas, inbegripet spridningsperioden.
- e) Det sätt på vilket budskapet utarbetas, placeras, främjas, publiceras, tillhandahålls eller sprids.
- f) Målgrupp.
- g) Budskapets syfte.

2. Kommissionen ska utarbeta gemensamma riktlinjer för att bidra till en korrekt tillämpning av denna artikel.

Artikel 9

Registrering

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska, i den utsträckning som är nödvändig för att uppfylla kraven i denna förordning, bevara den information de samlar in när de tillhandahåller sina tjänster, när det gäller följande:

- a) Det politiska reklammeddelande eller den politiska reklamkampanj som tjänsten eller tjänsterna är kopplade till.

SV

EUT L, 20.3.2024

- b) Den specifika tjänst eller de specifika tjänster som de har tillhandahållit i samband med den politiska reklamen.
 - c) De belopp de har fakturerat för den tjänst eller de tjänster som tillhandahållits, och värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot den tillhandahållna tjänsten eller de tillhandahållna tjänsterna.
 - d) Information om huruvida källorna till dessa belopp och andra förmåner som avses i led c är offentliga eller privata, samt om de kommer från ett land inom eller utanför unionen.
 - e) Identitet för och kontaktuppgifter till sponsorn för det politiska reklammeddelandet och, i tillämpliga fall, dessa uppgifter för den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn, och, när det gäller juridiska personer, deras etableringsort.
 - f) I tillämpliga fall, en uppgift om det val, den folkröstning och den lagstiftnings- eller regleringsprocess som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.
2. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska göra rimliga ansträngningar för att säkerställa att den information som bevaras enligt punkt 1 är fullständig och korrekt.
 3. Den information som avses i punkt 1 ska vara i skriftlig eller elektronisk form. Sådan information ska bevaras i maskinläsbart format under en period på sju år från och med dagen för det sista utarbetandet, placeringen, främjandet, publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen, beroende på omständigheterna.
 4. Denna artikel ska inte tillämpas på mikroföretag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU om tillhandahållandet av reklamtjänster endast är marginellt och underordnat deras huvudsakliga verksamhet.

Artikel 10

Informationsöverföring till utgivare av politisk reklam

1. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska säkerställa att den information som avses i artikel 9.1 överförs i lämplig tid och på ett fullständigt och korrekt sätt till utgivare av politisk reklam så att de kan fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning.

Varje tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska överföra den information som avses i första stycket medan den relevanta tjänsten tillhandahålls och i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, och, när detta är tekniskt möjligt, genom en standardiserad automatiserad process.

När utgivaren av politisk reklam är den enda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ska sponsorn överföra den relevanta informationen till utgivaren av politisk reklam.

2. Om en tillhandahållare av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som denne har överfört har uppdaterats, ska den säkerställa att uppdaterad information överförs till den relevanta utgivaren av politisk reklam.

Artikel 11

Märknings- och transparenskrav för varje politiskt reklammeddelande

1. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att varje politiskt reklammeddelande görs tillgängligt tillsammans med följande information på ett klart, framträdande och otvetydigt sätt:
 - a) En uppgift om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande.
 - b) Identiteten för sponsorn för det politiska reklammeddelandet och, i tillämpliga fall, den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.

EUT L, 20.3.2024

SV

- c) I tillämpliga fall, det val, den folkomröstning och den lagstiftnings- eller regleringsprocess som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.
- d) I tillämpliga fall, en uppgift om att det politiska reklammeddelandet har varit föremål för inriktningsteknik och annonsleveransteknik.
- e) Ett transparensmeddelande med den information som avses i artikel 12.1, eller en tydlig angivelse om var den enkelt och direkt kan hämtas.

2. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att den information som avses i punkt 1 är fullständig. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa korrektheten hos informationen om var det transparensmeddelande som avses i punkt 1 e kan hämtas.

3. Den information som avses i punkt 1 ska göras tillgänglig i form av märkning anpassad till det medium som används.

Denna märkning ska vara framträdande, göra det möjligt för enskilda personer att enkelt identifiera ett politiskt reklammeddelande och ska finnas kvar om det politiska reklammeddelandet sprids ytterligare.

4. Senast den 10 juli 2025 ska kommissionen anta genomförandeakter för att fastställa formatet och mallen för den märkning som avses i punkt 3. Dessa genomförandeakter ska säkerställa att märkningen är anpassad till det medium som används, inbegripet för audiovisuella och tryckta medier samt online- och offlinereklam, med beaktande av mediets särskilda egenskaper samt den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis.

Dessa genomförandeakter ska antas i enlighet med det granskningsförfarande som avses i artikel 29.2.

5. Medlemsstaterna, inbegripet behöriga myndigheter, och kommissionen ska uppmanra utarbetandet av frivilliga uppförandekoder som är avsedda att bidra till en korrekt tillämpning av denna artikel, med beaktande av de berörda tjänsteutövarens särdrag och de särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 12

Transparensmeddelanden

1. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att det transparensmeddelande som avses i artikel 11.1 e innehåller följande information:

- a) Sponsorns identitet och, i tillämpliga fall, identiteten för den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn, inbegripet namn, e-postadress och, om den offentliggörs, postadress och, om sponsorn inte är en fysisk person, den adress där sponsorn är etablerad.
- b) Den information som krävs enligt led a om den fysiska eller juridiska person som tillhandahåller ersättning i utbyte mot det politiska reklammeddelandet i de fall då denna person är en annan än sponsorn eller den enhet som ytterst kontrollerar sponsorn.
- c) Den period under vilken det politiska reklammeddelandet är avsett att publiceras, tillhandahållas eller spridas.
- d) De sammanlagda beloppen och det sammanlagda värdet av andra förmåner som erhållits av tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, inbegripet de som utgivaren erhållit, helt eller delvis i utbyte mot de politiska reklamtjänsterna samt, i förekommande fall, mot den politiska reklamkampanjen.
- e) Information om huruvida källorna till dessa belopp och andra förmåner som avses i led d är offentliga eller privata, samt om de kommer från ett land inom eller utanför unionen.

SV

EUT L, 20.3.2024

- f) Den metod som används för att beräkna de belopp och värden som avses i led d.
 - g) I tillämpliga fall, en uppgift om val eller folkomröstningar samt lagstiftnings- eller regleringsprocesser som det politiska reklammeddelandet är kopplat till.
 - h) Om det politiska reklammeddelandet är kopplat till ett specifikt val eller en specifik folkomröstning: länkar till officiell information om villkoren för att delta i det berörda valet eller den berörda folkomröstningen.
 - i) I tillämpliga fall, länkar till den europeiska databasen för politiska reklammeddelanden online som avses i artikel 13.
 - j) Information om de mekanismer som avses i artikel 15.1.
 - k) I tillämpliga fall, huruvida en tidigare publicering av det politiska reklammeddelandet eller en tidigare version av det tillfälligt har avbrutits eller återkallats på grund av en överträdelse av denna förordning.
 - l) I tillämpliga fall, en uppgift om att det politiska reklammeddelandet har varit föremål för inriktningsteknik eller annonsleveransteknik på grundval av användningen av personuppgifter, inbegripet den information som anges i artikel 19.1 c och e.
 - m) Om det är tillämpligt och tekniskt genomförbart, räckvidden för det politiska reklammeddelandet när det gäller antalet visningar och interaktioner med det politiska reklammeddelandet.
2. Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att den information som avses i punkt 1 är fullständig.

Utgivare av politisk reklam ska säkerställa att informationen i punkt 1 d, f, i, j och m är korrekt före och under perioden för offentliggörande, tillhandahållande eller spridning av det politiska reklammeddelandet.

Om tillhandahållaren av politiska reklamtjänster får kännedom om att information som har överförs till eller publicerats av utgivaren av politisk reklam är ofullständig eller inkorrekt, ska de utan oskäligt dröjsmål kontakta den berörda utgivaren och överföra kompletterad eller korrigerad information till den utgivaren av politisk reklam.

Om utgivaren av politisk reklam på något sätt får kännedom om att den information som avses i artikel 11.1 och punkt 1 i den här artikeln är ofullständig eller inkorrekt ska utgivaren vidta bästa möjliga åtgärder, bland annat genom att kontakta sponsorn eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, för att utan oskäligt dröjsmål komplettera eller korrigera informationen.

Om informationen inte kan kompletteras eller korrigeras utan oskäligt dröjsmål ska utgivaren av politisk reklam inte göra det politiska reklammeddelandet tillgängligt, eller ska utan oskäligt dröjsmål avbryta publiceringen, tillhandahållandet eller spridningen av det politiska reklammeddelandet.

Utgivaren av politisk reklam ska utan oskäligt dröjsmål informera sponsorerna eller tillhandahållarna av berörda politiska reklamtjänster om alla beslut som fattas i samband med det femte stycket i denna punkt.

3. Transparensmeddelandena ska ingå i varje politiskt reklammeddelande eller alltid vara lätta att hitta under perioden för offentliggörande av det politiska reklammeddelandet.

Transparensmeddelandena ska hållas uppdaterade under hela det politiska reklammeddelandets period för offentliggörande, presenteras i ett format som är lättillgängligt och, åtminstone när det politiska reklammeddelandet görs tillgängligt elektroniskt, i ett maskinläsbart format. De ska vara skrivna på det språk som används i det politiska reklammeddelandet. Utgivare av politisk reklam som erbjuder tjänster i unionen ska säkerställa att transparensmeddelanden uppfyller tillämpliga tillgänglighetskrav, inbegripet, när så är tekniskt möjligt, genom att göra informationen tillgänglig via kanaler som kan uppfattas med mer än ett sinne.

EU L, 20.3.2024

SV

Transparensmeddelanden ska vara tydligt synliga och användarvänliga, bland annat genom användning av klarspråk.

4. Utgivare av politisk reklam ska bevara sina transparensmeddelanden tillsammans med eventuella ändringar av dessa under en period på sju år efter det sista offentliggörandet av det berörda politiska reklammeddelandet.

5. Punkt 4 i denna artikel ska inte tillämpas på mikroföretag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU under förutsättning att tillhandahållandet av reklamtjänster endast är marginellt och underordnat deras huvudsakliga verksamhet.

6. Kommissionen ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 28 för att ändra denna förordning genom att lägga till led i förteckningen över led i punkt 1 i den här artikeln och genom att ändra punkt 1 f i den här artikeln mot bakgrund av den tekniska utvecklingen, marknadspraxis, relevant vetenskaplig forskning, utvecklingen av behöriga myndigheters tillsyn och relevant vägledning som utfärdats av behöriga organ, förutsatt att en sådan ändring är nödvändig för att förstå det bredare sammanhanget kring det politiska reklammeddelandet och dess syften.

7. Senast den 10 juli 2025 ska kommissionen anta genomförandeakter för att fastställa formatet för och tillhandahålla tekniska specifikationer för transparensmeddelandet för att säkerställa att det är anpassat till det medium som används, inbegripet för audiovisuella och tryckta medier samt online- och offlinereklam, med beaktande av den senaste tekniska utvecklingen och marknadsutvecklingen, relevant vetenskaplig forskning och bästa praxis samt de särskilda behoven hos mikroföretag samt små och medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

Dessa genomförandeakter ska antas i enlighet med det granskningsförfarande som avses i artikel 29.2.

Artikel 13

Europeisk databas över politiska reklammeddelanden online

1. Kommissionen ska inrätta och säkerställa, direkt eller genom att anförtro detta ansvar till en förvaltningsmyndighet, förvaltningen av en europeisk databas för politiska reklammeddelanden online (*den europeiska databasen*) som är en offentlig databas för alla politiska reklammeddelanden online som offentliggörs i unionen eller riktas till unionsmedborgare eller personer som är bosatta i unionen. Den databasen ska innehålla följande:

- a) En funktion som möjliggör allmänhetens tillgång till politiska reklammeddelanden online, tillsammans med den information som tillhandahålls av utgivare av politisk reklam som avses i artikel 12.1, med avseende på varje politiskt reklammeddelande online från och med tidpunkten för dess första offentliggörande. Informationen ska vara tillgänglig i maskinläsbart format, möjliggöra flerkriteriefrågor och vara tillgänglig för allmänheten via en enda portal.
- b) En värdtjänst som säkerställer tillgången till politisk onlinereklam och den information som offentliggörs tillsammans med den som avses i artikel 12.1, under hela den period under vilken det politiska reklammeddelandet presenteras och under sju år efter det att det politiska reklammeddelandet senast presenterades. Värdtjänsten och tillgången till den information som lagras ska respektera och inte påverka eventuella rättsliga krav på avlägsnande av det politiska reklammeddelandet och den information som offentliggörs tillsammans med det. Denna värdtjänst ska vara kostnadsfri för utgivare av politisk reklam som lämnar in ett politiskt reklammeddelande online till den europeiska databasen.

2. Utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer ska säkerställa att varje politiskt reklammeddelande, tillsammans med den information som avses i artikel 12.1 i denna förordning, görs tillgängligt i en databas enligt artikel 39 i förordning (EU) 2022/2065. Dessa utgivare av politisk reklam ska dessutom möjliggöra tillgång till den informationen genom den europeiska databasen från och med tidpunkten för offentliggörandet och under hela den period under vilken de presenterar det politiska reklammeddelandet och under sju år efter det att det politiska reklammeddelandet senast presenterades på deras onlinegränssnitt.

3. Om utgivare av politisk reklam avlägsnar eller omöjliggör tillgången till ett visst politiskt reklammeddelande på grundval av påstådd olaglighet eller en oförenlighet med deras allmänna villkor, ska de fortsätta att ge tillgång till den information som krävs enligt artikel 12.1 i denna förordning under den period som avses i artikel 9.3 i denna förordning. Detta krav påverkar inte tillämpningen av kraven i artiklarna 9.2 a i, 17.3 a–e och 39.3 i förordning (EU) 2022/2065.
4. Andra utgivare av politisk reklam än de som avses i punkt 2 i denna artikel, som offentliggör politiska reklammeddelanden genom en onlinetjänst, ska göra varje sådant politiskt reklammeddelande och den information som krävs enligt artikel 12.1 tillgängliga i den europeiska databasen senast 72 timmar efter det första offentliggörandet av det politiska reklammeddelandet.
5. Kommissionen eller, beroende på omständigheterna, den förvaltande myndighet som avses i punkt 1, ska inte ha något ansvar för att den politiska reklamen och den information som offentliggjorts med den är fullständig och korrekt eller för dess förenlighet med relevant unionsrätt eller nationell rätt och andra tillämpliga bindande regler.
6. Senast den 10 april 2026 ska kommissionen anta genomförandeakter i enlighet med artikel 29 för att fastställa detaljerade arrangemang för tillhandahållandet av en gemensam datastruktur, standardiserade metadata för att underlätta införandet av politiska reklammeddelanden i den europeiska databasen och indexeringen av politisk reklam genom sökmotorer, standardiserad autentisering och ett gemensamt gränssnitt för tillämpningsprogram, i syfte att göra det möjligt att genom en enda portal få åtkomst till den sammanställda information som i enlighet med denna förordning ska offentliggöras online.

När kommissionen antar dessa genomförandeakter ska den ta hänsyn till den tekniska, marknadsrelaterade och vetenskapliga utvecklingen och sträva efter att uppnå följande mål:

- a) Göra det möjligt att ge allmänheten tillgång till den information som avses i punkterna 1, 2 och 3 via den europeiska databasen.
- b) Möjliggöra enkel tillgång för allmänheten till transparensmeddelanden online genom användning av ett gemensamt applikationsprogrammeringsgränssnitt som gör det möjligt att få tillgång till meddelandena och söka i relevanta databaser.
- c) Stödja tredjeparters och allmänhetens tillgång till transparensmeddelanden, bland annat genom att möjliggöra analys av transparensmeddelanden online och presentationen av dem genom en enda portal och söktjänster som är användarvänliga.

Artikel 14

Regelbunden rapportering om politiska reklamtjänster

1. Utgivare av politisk reklam ska inkludera information om beloppen för eller värdet av andra förmåner som erhållits helt eller delvis i utbyte mot de tillhandahållna tjänsterna, inbegripet användningen av inriktningsteknik och annonsleveransteknik sammanställda per kampanj, fogad till deras förvaltningsberättelse i den mening som avses i artikel 19 i direktiv 2013/34/EU.

Utgivare av politisk reklam ska göra den information som avses i första stycket tillgänglig för de behöriga myndigheter som ansvarar för revision eller tillsyn av politiska aktörer, om sådana myndigheter är inrättade enligt nationell rätt.

2. Punkt 1 i denna artikel ska inte tillämpas på mikroföretag eller små eller medelstora företag som uppfyller kriterierna i artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU.

Artikel 15

Angivande av politiska reklammeddelanden som eventuellt inte uppfyller kraven

1. Utgivare av politisk reklam ska tillhandahålla nödvändiga mekanismer som gör det möjligt för fysiska eller juridiska personer att underrätta dem om att ett visst politiskt reklammeddelande som de har publicerat inte är förenligt med denna förordning.

EUT L, 20.3.2024

SV

2. Mekanismerna enligt punkt 1 ska vara kostnadsfria, användarvänliga och lätta att få tillgång till, även från transparensmeddelandet. När det är tekniskt möjligt ska dessa mekanismer göra det möjligt att lämna in anmälningar på elektronisk väg.
3. Dessa mekanismer ska underlätta inlämningen av exakta och underbyggda anmälningar till utgivare av politisk reklam så att de kan identifiera att det politiska reklammeddelandet i fråga inte uppfyller kraven i denna förordning. I detta syfte ska utgivare av politisk reklam vidta nödvändiga åtgärder för att möjliggöra och underlätta inlämning av anmälningar som innehåller samtliga följande delar:
 - a) En underbyggd förklaring av skälen till att den fysiska eller juridiska person som lämnar in anmälan påstår att det politiska reklammeddelandet i fråga inte uppfyller kraven i denna förordning.
 - b) Information som gör det möjligt att identifiera det politiska reklammeddelandet.
 - c) Namn på och e-postadress till den fysiska eller juridiska person som lämnar in anmälan.
4. Utgivare av politisk reklam ska utan oskäligt dröjsmål skicka en bekräftelse på mottagandet av den anmälan som mottagits enligt punkt 1 till den fysiska eller juridiska person som lämnade in den.
5. Utgivare av politisk reklam som är mycket stora onlineplattformar och mycket stora onlinesökmotorer ska utan oskäligt dröjsmål
 - a) granska och behandla de underrättelser som mottagits i enlighet med punkt 1 på ett omsorgsfullt, icke-godtyckligt och objektivet sätt,
 - b) informera den fysiska eller juridiska person som har lämnat den anmälan som avses i punkt 1 om den uppföljning som gjorts.
6. Utgivare av politisk reklam som varken är mycket stora onlineplattformar eller mycket stora onlinesökmotorer ska utan oskäligt dröjsmål
 - a) vidta bästa möjliga åtgärder för att på ett omsorgsfullt, icke-godtyckligt och objektivet sätt granska och behandla de anmälningar som mottagits i enlighet med punkt 1,
 - b) åtminstone på begäran informera de fysiska eller juridiska personer som gjort den anmälan som avses i punkt 1 i denna artikel om uppföljningen av den; utgivare av politisk reklam som betraktas som mikroföretag enligt artikel 3.1 i direktiv 2013/34/EU ska vidta bästa möjliga åtgärder för att säkerställa att de följer denna punkt.
7. Under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning, ska utgivare av politisk reklam behandla anmälningar som de mottar om ett politiskt reklammeddelande kopplat till det valet eller den folkomröstningen inom 48 timmar, förutsatt att anmälan kan behandlas helt på grundval av den information som ingår i anmälan. Utgivare av politisk reklam som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU ska vidta bästa möjliga åtgärder för att utan oskäligt dröjsmål behandla alla anmälningar som de mottar om ett politiskt reklammeddelande kopplade till det valet eller den folkomröstningen.
8. Utgivare av politisk reklam ska tillhandahålla tydlig och användarvänlig information om möjligheterna till prövning med avseende på det politiska reklammeddelande som anmälan avser och, i tillämpliga fall, om användningen av automatiserade metoder för behandling av anmälningar.
9. Utgivare av politisk reklam ska utan oskäligt dröjsmål informera de berörda sponsorerna eller tillhandahållarna av politiska reklamtjänster om alla åtgärder som de vidtar till följd av anmälningar som gjorts enligt denna artikel och som påverkar tillgängligheten eller presentationen av det berörda politiska reklammeddelandet.

SV

EUT L, 20.3.2024

10. Utgivare av politisk reklam får gemensamt svara på upprepade anmälningar enligt punkt 1 om samma reklammeddelande eller reklamkampanj, inbegripet med hjälp av automatiserade verktyg eller genom att göra ett tillkännagivande på sin webbplats som hänvisar till de berörda anmälningarna.

11. Kommissionen får, efter samråd med det nätverk av nationella kontaktpunkter som avses i artikel 22.8, utfärda riktlinjer för att bistå utgivare av politisk reklam vid tillämpningen av den här artikeln.

Artikel 16

Överföring av information till behöriga myndigheter

1. För att kontrollera efterlevnaden av artiklarna 9, 11, 12 och 14 ska de nationella behöriga myndigheterna ha befogenhet att begära att tillhandahållare av politiska reklamtjänster överför all nödvändig information. Den överförda informationen ska vara fullständig, korrekt och tillförlitlig och tillhandahållas i tydlig, sammanhängande, konsoliderad och begriplig form. Om det är tekniskt möjligt ska informationen överföras i ett standardiserat och maskinläsbart format.

2. De begäranden som avses i punkt 1 ska innehålla följande:

- a) En motivering som förklarar i vilket syfte informationen begärs, såvida inte begäran syftar till att förebygga, avslöja, utreda och lagföra brott eller allvarliga administrativa förseelser och såvida inte yppandet av skälen för begäran skulle äventyra detta syfte.
- b) Information om de rättsmedel som finns tillgängliga för den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster och för sponsorn av den politiska reklamtjänsten.

3. Vid mottagandet av en begäran enligt punkt 1 i denna artikel ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster inom två arbetsdagar bekräfta att begäran är mottagen och informera den nationella behöriga myndigheten om de åtgärder som vidtagits för att tillmötesgå den. Den berörda tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ska tillhandahålla den begärda informationen inom åtta arbetsdagar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1–3.3 i direktiv 2013/34/EU ska emellertid göra rimliga ansträngningar för att tillhandahålla den begärda informationen inom tolv arbetsdagar, och därefter utan oskäligt dröjsmål.

4. Genom undantag från punkt 3 i denna artikel ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning tillhandahålla den begärda information som de förfogar över utan oskäligt dröjsmål och senast inom 48 timmar. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1 och 3.2 i direktiv 2013/34/EU ska emellertid tillhandahålla den begärda information som de förfogar över utan oskäligt dröjsmål och om möjligt före dagen för valet eller folkomröstningen.

5. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska utse en kontaktpunkt för samverkan med nationella behöriga myndigheter. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster som betraktas som mikroföretag eller små eller medelstora företag enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU får utse en extern fysisk person till kontaktpunkt.

Artikel 17

Överföring av information till andra berörda enheter

1. På begäran av berörda enheter ska tillhandahållare av politiska reklamtjänster till de enheterna omgäende, utan kostnad och, om det är tekniskt möjligt, i ett maskinläsbart format överföra den information som dessa tillhandahållare av politiska reklamtjänster är skyldiga att ha enligt artiklarna 9, 11 och 12.

2. Berörda enheter som begär överföring av information enligt punkt 1 ska vara oberoende av kommersiella intressen och ingå i en eller flera av följande kategorier:
- a) Utvalda forskare i enlighet med artikel 40.8 i förordning (EU) 2022/2065.
 - b) Medlemmar i en organisation i det civila samhället vars stadgeenliga mål är att skydda och främja allmänintresset och som är auktoriserad i enlighet med nationell rätt eller unionsrätten.
 - c) Politiska aktörer.
 - d) Nationella eller internationella valobservatörer som är erkända i en medlemsstat.
 - e) Journalister.
3. På begäran av en berörd enhet ska tillhandahållaren av politiska reklamtjänster vidta bästa möjliga åtgärder för att tillhandahålla den begärda informationen eller ett motiverat svar i enlighet med punkt 5 snarast möjligt och senast inom en månad.
4. Vid sammanställningen av den information som ska tillhandahållas enligt punkt 1 får tillhandahållaren av politiska reklamtjänster slå samman de relevanta beloppen eller ange ett beloppintervall, i den utsträckning det är nödvändigt för att skydda sina legitima kommersiella intressen.
5. Om en begäran enligt punkt 1 är uppenbart otydlig, orimlig eller rör information som tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte förfogar över får tillhandahållaren vägra att tillhandahålla den begärda informationen. I sådana fall ska tillhandahållaren av politiska reklamtjänster skicka ett motiverat svar till den berörda enhet som gjort begäran, tillsammans med information om möjligheterna till prövning, inbegripet, i tillämpliga fall, de möjligheter som stadgas i direktiv (EU) 2020/1828.
6. Om handläggningen av begäranden enligt punkt 1 medför betydande kostnader får tillhandahållaren av politiska reklamtjänster ta ut en rimlig och proportionell avgift som under inga omständigheter får överstiga de administrativa kostnaderna för att tillhandahålla den begärda informationen.
7. Det ska åligga tillhandahållarna av politiska reklamtjänster att visa att en begäran är uppenbart otydlig, orimlig eller rör information som de inte förfogar över eller att begäranden medför betydande handläggningskostnader.

KAPITEL III

INRIKTNING OCH ANNONSLIVERANS I SAMBAND MED POLITISK ONLINEREKLAM

Artikel 18

Särskilda krav avseende inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam

1. Inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter i samband med politisk onlinereklam ska vara tillåten endast om följande villkor är uppfyllda:
- a) Den personuppgiftsansvarige har samlat in personuppgifterna från den registrerade.
 - b) Den registrerade har uttryckligen gett sitt separata samtycke i den mening som avses i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 till behandlingen av personuppgifter för politiska reklamändamål.
 - c) Denna teknik inbegriper inte *profilering* enligt definitionen i artikel 4.4 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 3.5 i förordning (EU) 2018/1725 med användning av de särskilda kategorier av personuppgifter som avses i artikel 9.1 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 10.1 i förordning (EU) 2018/1725.

2. I samband med politisk reklam är det förbjudet med inriktningsteknik eller annonsleveransteknik som inbegriper behandling av personuppgifter om en registrerad som den personuppgiftsansvarige med rimlig säkerhet vet är åtminstone ett år yngre än den rösträttsålder som fastställs i nationella regler. Fullgörandet av de skyldigheter som fastställs i denna punkt ska inte innebära en skyldighet för den personuppgiftsansvarige att behandla ytterligare personuppgifter för att bedöma huruvida den registrerade är ett år yngre än rösträttsåldern.
3. Denna artikel ska inte tillämpas på kommunikation från politiska partier, stiftelser, sammanslutningar eller andra ideella organ till deras medlemmar och före detta medlemmar eller på kommunikation, till exempel nyhetsbrev, som är kopplad till deras politiska verksamhet, förutsatt att dessa meddelanden endast baseras på abonnemangsuppgifter och därför är strikt begränsade till deras medlemmar, före detta medlemmar eller abonnenter och baseras på personuppgifter som de tillhandahåller och inte innebär ytterligare behandling av personuppgifter som syftar till att rikta in sig på eller på annat sätt välja ut mottagarna och de meddelanden som de mottar.
4. För att uppfylla kraven i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 om tillhandahållande av uttryckligt samtycke, och om återkallande av sådant samtycke efter att det har givits, ska de personuppgiftsansvariga säkerställa att
 - a) den registrerade inte uppmanas att ge sitt samtycke om vederbörande redan på automatisk väg har angett att han eller hon inte samtycker till behandling av uppgifter för politiska reklamändamål, såvida inte begäran motiveras av väsentligt förändrade omständigheter,
 - b) den registrerade som inte ger sitt samtycke erbjuds ett likvärdigt alternativ för att använda onlinetjänsten utan att motta politisk reklam.

Artikel 19

Ytterligare krav på transparens avseende inriktningsteknik och annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam

1. Vid användning av inriktningsteknik eller annonsleveransteknik i samband med politisk onlinereklam som inbegriper behandling av personuppgifter ska de personuppgiftsansvariga, utöver andra krav som fastställs i denna förordning och de krav som fastställs i förordningarna (EU) 2016/679 och (EU) 2018/1725 uppfylla följande krav:
 - a) Anta, genomföra och offentliggöra en intern policy som tydligt och på ett enkelt språk beskriver hur sådan teknik används samt behålla denna policy under en period på sju år från och med den senaste användningen av denna teknik.
 - b) Föra register över användningen av sådan teknik, relevanta mekanismer och parametrar som används.
 - c) Tillsammans med uppgiften om att det rör sig om ett politiskt reklammeddelande tillhandahålla ytterligare information för att den berörda personen ska kunna förstå den bakomliggande logiken och de viktigaste parametrarna för den använda tekniken, inbegripet huruvida ett system för artificiell intelligens har använts för att rikta in sig på eller tillhandahålla den politiska reklamen och alla eventuella ytterligare analysmetoder och inklusive följande:
 - i) De specifika grupper av mottagare som reklamen riktar sig till, inbegripet de parametrar som används för att fastställa vilka mottagare reklamen sprids till.
 - ii) De kategorier av personuppgifter som används för inriktningstekniken eller annonsleveranstekniken.
 - iii) Målen, mekanismerna och logiken för inriktningen, inbegripet parametrar för inkludering och uteslutning, och skälen till valet av dessa parametrar.
 - iv) Meningsfull information om användningen av system för artificiell intelligens vid inriktningen eller annonsleveransen i samband med den politiska reklamen.
 - v) Det politiska reklammeddelandets spridningsperiod och antalet personer som det politiska reklammeddelandet sprids till.
 - vi) En länk till eller en tydlig angivelse av var den policy som avses i led a enkelt kan hämtas.

EUT L, 20.3.2024

SV

- d) Göra en intern årlig riskbedömning av användningen av denna inriktningsteknik eller annonsleveransteknik med avseende på grundläggande fri- och rättigheter, vars resultat ska offentliggöras.
- e) Tillhandahålla en hänvisning tillsammans med det politiska reklammeddelandet, om en sådan inte ingår i det transparensmeddelande som krävs enligt artikel 12.1 i denna förordning, till ändamålsenliga sätt att stödja enskilda personer i deras utövande av sina rättigheter enligt förordning (EU) 2016/679 eller förordning (EU) 2018/1725, beroende på vad som är tillämpligt, särskilt en hänvisning till enskilda personers rätt att korrigera personuppgifter eller dra tillbaka sitt samtycke, beroende på vad som är tillämpligt, där det ska ingå en länk till ett gränssnitt som möjliggör utövande av sådana rättigheter.
2. Om den personuppgiftsansvarige inte är densamma som utgivaren av politisk reklam ska den personuppgiftsansvarige se till att den information som avses i punkt 1 c och 1 e översänds till utgivaren av politisk reklam för att göra det möjligt för denne att fullgöra sina skyldigheter enligt denna förordning. Informationen ska översändas i lämplig tid och på ett korrekt sätt i enlighet med bästa praxis och branschstandarder, genom ett standardiserat och automatiserat förfarande om det är tekniskt möjligt.
3. Tillhandahållare av politiska reklamtjänster ska vid behov till de personuppgiftsansvariga översända den information som är nödvändig för att uppfylla kraven i punkterna 1 och 2.
4. Information som tillhandahålls i enlighet med punkt 1 c och e och punkterna 2 och 3 ska presenteras i ett format som är lättillgängligt och, om det är tekniskt möjligt, maskinläsbart, klart synligt och användarvänligt, bland annat genom användning av ett enkelt språk.
5. Kommissionen ges befogenhet att anta delegerade akter i enlighet med artikel 28 för att ändra denna förordning genom att lägga till led i förteckningen i punkt 1 i den här artikeln med hänsyn till den tekniska utvecklingen, marknadspraxis, relevant vetenskaplig forskning och utvecklingen när det gäller de berörda myndigheternas tillsyn och tillämpliga riktlinjer utfärdade av berörda organ.

Artikel 20

Överföring av information till andra berörda enheter om inriktning eller annonsleverans i samband med politisk onlinereklam

De personuppgiftsansvariga ska vidta lämpliga åtgärder för att på begäran av berörda enheter som avses i artikel 17.2 utan kostnad överföra den information som avses i artikel 19 till dessa enheter.

KAPITEL IV

TILLSYN OCH EFTERLEVNAD

Artikel 21

Rättslig företrädare

1. En tjänstestillhandahållare som tillhandahåller politiska reklamtjänster i unionen men som inte är etablerad i unionen ska skriftligen utse en fysisk eller juridisk person till sin rättsliga företrädare i en av de medlemsstater där tillhandahållaren erbjuder sina tjänster.

Den utsedda rättsliga företrädaren ska registrera sig hos den behöriga myndighet som avses i punkt 4 i den medlemsstat där vederbörande är bosatt eller etablerad. I detta syfte ska tjänstestillhandahållaren underrätta den behöriga myndigheten om sin rättsliga företrädares namn, postadress, e-postadress och telefonnummer. Informationen ska vara korrekt, avges i ett maskinläsbart format och uppdateras.

2. Den rättsliga företrädaren ska ansvara för att skyldigheterna enligt denna förordning fullgörs och kan, utan att det påverkar tjänestetillhandahållarens ansvar och eventuella rättsliga förfaranden som kan inledas mot tjänestetillhandahållaren, hållas ansvarig för bristande fullgörande av skyldigheterna enligt denna förordning. Den rättsliga företrädaren ska vara adressat för all kommunikation med den berörda tjänestetillhandahållaren som föreskrivs i denna förordning. Alla meddelanden till den rättsliga företrädaren ska betraktas som meddelanden till den företrädda tjänestetillhandahållaren.
3. Tjänestetillhandahållarna ska förse sina rättsliga företrädare med nödvändiga befogenheter och tillräckliga resurser för att garantera ett effektivt och rättidigt samarbete med de nationella behöriga myndigheterna och, vid behov, kommissionen, och för att säkerställa efterlevnad av deras beslut.
4. Medlemsstaterna ska utse en nationell behörig myndighet som ska ansvara för att upprätthålla offentliga och maskinläsbara onlineregister över alla rättsliga företrädare som är registrerade på deras territorium i enlighet med denna förordning. Den nationella behöriga myndigheten ska säkerställa att denna information är lättillgänglig och fullständig och att den uppdateras regelbundet. Medlemsstaterna ska tillhandahålla kommissionen länkarna till de relevanta webbplatserna.
5. Kommissionen ska inrätta och upprätthålla en offentlig portal med länkar till de webbplatser som medlemsstaterna tillhandahåller i enlighet med punkt 4.

Artikel 22

Behöriga myndigheter och kontaktpunkter

1. De tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 eller Europeiska datatillsynsmannen som avses i artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725 ska vara behöriga att övervaka tillämpningen av artiklarna 18 och 19 i den här förordningen inom sina respektive behörighetsområden. Artikel 58 i förordning (EU) 2016/679 och artikel 58 i förordning (EU) 2018/1725 ska gälla i tillämpliga delar. Kapitel VII i förordning (EU) 2016/679 ska tillämpas på verksamhet som omfattas av artiklarna 18 och 19 i den här förordningen.
2. Europeiska dataskyddsstyrelsen som avses i artikel 68 i förordning (EU) 2016/679 ska, på eget initiativ eller på begäran av kommissionen, utarbeta riktlinjer för att bistå de tillsynsmyndigheter som avses i förordning (EU) 2016/679 med att bedöma efterlevnaden av kraven i den här förordningen.
3. Medlemsstaterna ska utse behöriga myndigheter för att övervaka att tillhandahållare av förmedlingstjänster i den mening som avses i förordning (EU) 2022/2065 fullgör de skyldigheter som fastställs i artiklarna 7–17 och 21 i den här förordningen, i tillämpliga fall. De behöriga myndigheter som utsetts enligt förordning (EU) 2022/2065 får också vara en av de behöriga myndigheter som utsetts för att övervaka att mellanhänder på internet fullgör skyldigheterna i artiklarna 7–17 och 21 i den här förordningen. Den samordnare av digitala tjänster som avses i artikel 49 i förordning (EU) 2022/2065 i varje medlemsstat ska ansvara för att säkerställa samordning på nationell nivå när det gäller tillhandahållare av förmedlingstjänster enligt definitionen i förordning (EU) 2022/2065. Artiklarna 49, 58.1–58.4 och 60.1 i förordning (EU) 2022/2065 ska tillämpas i frågor som rör tillämpningen av den här förordningen när det gäller tillhandahållare av förmedlingstjänster. Artikel 51 i förordning (EU) 2022/2065 ska gälla i tillämpliga delar för befogenheterna för de behöriga myndigheter som utsetts i enlighet med denna punkt.
4. Varje medlemsstat ska utse en eller flera behöriga myndigheter som ska ansvara för tillämpningen och efterlevnaden av de aspekter av denna förordning som inte avses i punkterna 1 och 3 i denna artikel. Dessa behöriga myndigheter får vara andra myndigheter än de som avses i punkterna 1 och 3 i denna artikel och får vara samma myndigheter som de som avses i artikel 30 i direktiv 2010/13/EU. Varje behörig myndighet som utses i enlighet med denna punkt ska strukturellt vara helt oberoende både av sektorn och av eventuell inblandning utifrån eller politiska påtryckningar. Den ska på ett fullständigt oberoende och ändamålsenligt sätt övervaka och vidta nödvändiga och proportionella åtgärder för att säkerställa översyn, efterlevnad och verkställande av denna förordning.

5. De behöriga myndigheter som avses i punkt 4 ska, när de utför sina uppgifter i samband med denna förordning, ha befogenhet att
- a) begära tillgång till uppgifter, handlingar eller nödvändig information, särskilt från sponsorn eller de berörda tillhandahållarna av politiska reklamtjänster, som de behöriga myndigheterna ska använda enbart för att övervaka och bedöma efterlevnaden av denna förordning, i enlighet med relevant lagstiftning om skydd av personuppgifter och skydd av konfidentiell information,
 - b) utfärda varningar till tillhandahållare av politiska reklamtjänster när det gäller bristande fullgörande av skyldigheterna enligt denna förordning,
 - c) beordra att överträdelser upphör och kräva att sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster vidtar nödvändiga åtgärder för efterlevnaden av denna förordning,
 - d) fastställa eller begära att en rättslig myndighet utdömer böter eller ekonomiska sanktioner eller andra ekonomiska åtgärder, beroende på vad som är tillämpligt,
 - e) vid behov fastställa ett löpande vite eller begära att en rättslig myndighet i deras medlemsstat gör det,
 - f) vid behov föreskriva avhjälpan åtgärder som står i proportion till överträdelsen och som är nödvändiga för att få överträdelsen att faktiskt upphöra, eller begära att en rättslig myndighet i deras medlemsstat gör det,
 - g) publicera ett uttalande som identifierar den eller de juridiska och fysiska personer som är ansvariga för överträdelsen av en skyldighet som fastställs i denna förordning och överträdelsens karaktär,
 - h) utföra, eller begära att en rättslig myndighet beordrar eller tillåter, inspektioner av lokaler som tillhandahållare av politiska reklamtjänster använder för syften kopplade till deras närings-, företags-, hantverks- eller yrkesverksamhet, eller begära att andra myndigheter gör det, i syfte att granska, beslagta, kopiera eller utverka kopior eller utdrag av uppgifter i någon form, oavsett lagringsmedium.
6. Medlemsstaterna ska säkerställa att de nationella behöriga myndigheterna har alla nödvändiga resurser för att fullgöra sina uppgifter enligt denna förordning, inbegripet tillräckliga tekniska, ekonomiska och mänskliga resurser för att kunna utöva god tillsyn av efterlevnaden bland sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster, inom ramen för sin behörighet enligt denna förordning.
7. Medlemsstaterna ska säkerställa att det förekommer ändamålsenligt och strukturerat samarbete och effektiv och strukturerad samordning på nationell nivå mellan alla berörda myndigheter som avses i punkterna 1–4 i syfte att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör utövandet av deras uppgifter och befogenheter inom tillsyn och efterlevnad enligt denna förordning, bland annat genom att anmäla upptäckta överträdelser som är relevanta för andra myndigheter, dela med sig av resultat och sakkunskap och samarbeta om tillämpningen och efterlevnaden av relevanta regler.
8. De nationella kontaktpunkter som medlemsstaterna har utsett i enlighet med punkt 9 andra stycket ska sammanträda regelbundet på unionsnivå i nätverket för nationella kontaktpunkter. Nätverket för nationella kontaktpunkter ska fungera som en plattform för regelbundet utbyte av information och bästa praxis och strukturerat samarbete mellan de nationella kontaktpunkterna och kommissionen i fråga om alla aspekter av denna förordning. Nätverket för nationella kontaktpunkter ska i synnerhet underlätta samarbetet på unionsnivå kring tillämpningen och efterlevnaden av denna förordning och underlätta utarbetandet, i samarbete med relevanta berörda parter, av riktlinjer för att hjälpa sponsorer och tillhandahållare av politiska reklamtjänster att uppfylla kraven i denna förordning. Nätverket för nationella kontaktpunkter ska sammanträda minst två gånger om året och, vid behov, på motiverad begäran av kommissionen eller en medlemsstat. Det ska ha ett nära samarbete med det europeiska valsamarbetsnätverket, den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster och andra relevanta nätverk eller organ för att underlätta ett snabbt och säkert informationsutbyte i frågor som rör tillsyn och efterlevnad av denna förordning. Kommissionen ska delta i sammanträdena i nätverket för nationella kontaktpunkter och tillhandahålla administrativt stöd.

9. Om en medlemsstat utser fler än en behörig myndighet ska den säkerställa att dessa myndigheters respektive befogenheter är tydligt fastställda och att de upprätthåller ett nära och ändamålsenligt samarbete vid fullgörandet av sina uppgifter.

Varje medlemsstat ska utse en behörig myndighet som nationell kontaktpunkt på unionsnivå för tillämpningen av alla aspekter av denna förordning.

De nationella kontaktpunkterna ska stödja och underlätta ett ändamålsenligt samarbete mellan de nationella behöriga myndigheterna och med andra medlemsstaters nationella kontaktpunkter. Medlemsstaterna ska offentliggöra kontaktuppgifterna för sina nationella kontaktpunkter. De berörda medlemsstaterna ska i förekommande fall meddela namnet på de övriga behöriga myndigheterna och deras respektive uppgifter till nätverket för nationella kontaktpunkter.

Artikel 23

Gränsöverskridande samarbete

1. Den medlemsstat där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster har sitt verksamhetsställe ska utöva befogenhet över efterlevnaden av denna förordning av tillhandahållare av politiska reklamtjänster. Om tillhandahållaren är etablerad i mer än en medlemsstat ska vederbörande anses omfattas av jurisdiktionen i den medlemsstat där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe.

2. Utan att det påverkar artikel 22.1 och 22.2. och punkt 1 i den här artikeln ska den behöriga myndigheten eller de behöriga myndigheterna i alla medlemsstater vid behov samarbeta med och bistå varandra.

3. En behörig myndighet ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran från en annan behörig myndighet, bistå den andra behöriga myndigheten, utan oskäligt dröjsmål och senast en månad efter mottagandet av begäran, så att de tillsyns- eller efterlevnadsåtgärder som avses i artikel 22.5 kan genomföras på ett ändamålsenligt, effektivt och konsekvent sätt. En behörig myndighet ska, efter att ha mottagit en motiverad begäran om information från den behöriga myndigheten i en annan medlemsstat, via de nationella kontaktpunkter som avses i artikel 22.9, förse den behöriga myndigheten med den efterfrågade informationen utan oskäligt dröjsmål och senast 14 dagar efter mottagandet av begäran. Den tidsfristen får förlängas till en månad i fall då det krävs ytterligare utredning eller information från flera olika behöriga myndigheter.

4. Om en medlemsstats nationella behöriga myndighet har anledning att misstänka att denna förordning har överträtts på dess territorium ska den underrätta den behöriga myndighet där tillhandahållaren har sitt huvudsakliga verksamhetsställe och vid behov begära att den bedömer ärendet och vidtar de nödvändiga utrednings- och efterlevnadsåtgärder som avses i punkt 7.

5. En anmälan enligt punkt 4 ska vara vederbörligen motiverad och innehålla minst följande uppgifter:

- Information som gör det möjligt att identifiera sponsorn eller tillhandahållaren av politiska reklamtjänster.
- En beskrivning av relevanta fakta, de relevanta bestämmelserna i denna förordning och skälen till att den behöriga myndighet som skickat anmälan misstänker att den berörda tjänsttillhandahållaren har överträtt denna förordning, inbegripet, i förekommande fall, en beskrivning av de omständigheter som möjliggör en bedömning av kriterierna i artikel 25.4.
- Information om var det relevanta politiska reklammeddelandet eller en kopia av det kan hämtas.
- All annan information som den behöriga myndighet som skickat anmälan anser relevant, inbegripet, i tillämpliga fall, information som den samlat in på eget initiativ.

6. Om den behöriga myndighet där det huvudsakliga verksamhetsstället finns inte har tillräcklig information för att kunna agera med anledning av en anmälan som inkommit i enlighet med punkt 4 får den begära ytterligare information från den behöriga myndighet som skickat anmälan. När en behörig myndighet mottar en sådan begäran ska den tillhandahålla den begärda informationen utan oskäligt dröjsmål.

Den tidsperiod som fastställs i punkt 7 ska upphöra att löpa till dess att den ytterligare informationen tillhandahålls.

7. Den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns ska, utan oskäligt dröjsmål och senast en månad efter mottagandet av den anmälan som avses i punkt 4 eller, i tillämpliga fall, av den information som avses i punkt 6, till den behöriga myndighet som skickat anmälan och nätverket för nationella kontaktpunkter överlämna sin bedömning av den misstänkta överträdelsen och information om de utrednings- eller efterlevnadsåtgärder som vidtagits eller som ska vidtas för att säkerställa efterlevnad av denna förordning.

8. Om utredningen av en påstådd överträdelse gäller tillhandahållande av politiska reklamtjänster i en eller flera medlemsstater där tillhandahållaren av politiska reklamtjänster inte har sitt huvudsakliga verksamhetsställe får den behöriga myndigheten där det huvudsakliga verksamhetsstället finns inleda och leda en gemensam utredning med deltagande av den eller de berörda behöriga myndigheterna i de medlemsstaterna

- a) på eget initiativ och efter att ha inhämtat samtycke från den eller de relevanta behöriga myndigheterna, eller
- b) på begäran av en annan behörig myndighet eller andra behöriga myndigheter, på grundval av en rimlig misstanke om att de politiska reklamtjänster som tillhandahålls av en tillhandahållare av politiska reklamtjänster som är etablerad i den medlemsstat där det huvudsakliga verksamhetsstället finns har överträtt denna förordning eller väsentligt påverkat enskilda personer på territoriet för den eller de behöriga myndigheter som gjort begäran.

9. Vid tillämpningen av punkt 8 ska den behöriga myndighet som begär en gemensam utredning förse den eller de andra behöriga myndigheterna med den information som avses i punkt 5. Om en behörig myndighet beslutar att inte delta i en gemensam utredning ska den lägga fram en motiverad förklaring till detta för den eller de andra behöriga myndigheterna.

10. Vid genomförandet av en gemensam utredning ska de behöriga myndigheterna samarbeta med gott uppsåt och utöva sina utredningsbefogenheter på det sätt som krävs för att utreda den påstådda överträdelsen. Behöriga myndigheter som genomför en gemensam utredning ska underrätta varandra om alla relevanta efterlevnadsåtgärder som de inleder eller avser att inleda.

Artikel 24

Rätten att inkomma med klagomål

Utan att det påverkar andra administrativa förfaranden eller rättsmedel ska de behöriga myndigheterna på vederbörligt sätt handlägga alla anmälningar om eventuella överträdelser av denna förordning och, på begäran, informera den anmällande personen eller enheten om uppföljningen. Under den sista månaden före val eller folkomröstningar ska alla anmälningar som inkommer avseende dessa val eller folkomröstningar handläggas utan oskäligt dröjsmål.

De behöriga myndigheterna ska utan oskäligt dröjsmål översända klagomål som omfattas av behörigheten för en annan behörig myndighet i en annan medlemsstat till den behöriga myndigheten.

Artikel 25

Sanktioner

1. Medlemsstaterna ska fastställa bestämmelser om sanktioner eller, vid behov, andra åtgärder som ska tillämpas på sponsorer eller tillhandahållare av politiska reklamtjänster för överträdelser av artiklarna 5–17, 20 och 21, och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de genomförs i lämplig tid.

SV

EUT L, 20.3.2024

Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande. Vid fastställandet av bestämmelserna om sanktioner ska medlemsstaterna ta hänsyn till bestämmelserna om pressfrihet och yttrandefrihet i andra medier samt till regler eller normer för journalistyrket.

2. De ekonomiska sanktionernas högsta tillåtna belopp ska baseras på den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner och ska uppgå till

- a) 6 % av sponsorns eller tillhandahållarens årsinkomst eller budget, beroende på vad som är tillämpligt och vad som är högst, eller
- b) 6 % av sponsorns eller tillhandahållarens globala årsomsättning under det föregående räkenskapsåret.

3. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla dessa bestämmelser och åtgärder senast den 10 januari 2026 samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.

4. Vid beslut om typ av sanktioner och deras nivå ska vederbörlig hänsyn, i varje enskilt fall, tas till bland annat följande:

- a) Överträdelsens karaktär, allvar, upprepning och varaktighet.
- b) Om överträdelsen skett med uppsåt eller genom oaksamhet.
- c) Åtgärder som vidtagits för att mildra eventuella skador.
- d) Relevanta tidigare överträdelser och andra försvarande eller förmildrande omständigheter som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.
- e) Graden av samarbete med den behöriga myndigheten.
- f) Storleken på och den ekonomiska kapaciteten hos den enhet som är föremål för sanktioner, i tillämpliga fall.

5. Överträdelser av artiklarna 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 och 18 ska anses vara särskilt allvarliga om de avser politisk reklam som publiceras eller sprids under den sista månaden före ett val eller en folkomröstning och riktas till medborgare i den medlemsstat där det aktuella valet eller den aktuella folkomröstningen förrättas. Medlemsstaterna får också fastställa löpande viten för att förmå sponsorer, tillhandahållare av politiska reklamtjänster och utgivare av politisk reklam att sätta stopp för allvarliga och upprepade överträdelser av denna förordning.

6. För överträdelser av de skyldigheter som fastställs i artiklarna 18 och 19 i denna förordning får de tillsynsmyndigheter som avses i artikel 51 i förordning (EU) 2016/679 inom ramen för sin behörighet fastställa sanktionsavgifter i enlighet med artikel 83 i förordning (EU) 2016/679 upp till det belopp som avses i artikel 83.5 i den förordningen.

7. För överträdelser av de skyldigheter som fastställs i artiklarna 18 och 19 i denna förordning får Europeiska datatillsynsmannen, som avses i artikel 52 i förordning (EU) 2018/1725, inom ramen för sin behörighet fastställa sanktionsavgifter i enlighet med artikel 66 i förordning (EU) 2018/1725 upp till det belopp som avses i artikel 66.3 i den förordningen.

8. Medlemsstaterna ska årligen rapportera till kommissionen om de sanktioner som fastställts för att verkställa bestämmelserna i denna förordning, särskilt vilken typ av sanktioner som tillämpats och de administrativa sanktionsavgifternas och de ekonomiska sanktionernas storlek. Kommissionen ska beakta denna information när den utarbetar den rapport som krävs enligt artikel 27.

*Artikel 26***Offentliggörande av datum för val och folkomröstningar**

1. Medlemsstaterna ska offentliggöra datumen för sina val och folkomröstningar och, om tillämpligt, för sina valperioder på en lättillgänglig plats och med lämplig hänvisning till denna förordning.
2. Kommissionen ska tillhandahålla en portal där medlemsstaterna omedelbart efter tillkännagivandet ska ange datumen för sina val, folkomröstningar och, om tillämpligt, valperioder. Portalen ska vara offentlig.

KAPITEL V

SLUTBESTÄMMELSER

*Artikel 27***Utvärdering och översyn**

Senast två år efter varje val till Europaparlamentet ska kommissionen lägga fram en rapport för Europaparlamentet och rådet om utvärderingen och översynen av denna förordning. Denna rapport ska offentliggöras och innehålla en bedömning av behovet av att ändra denna förordning, i synnerhet med avseende på

- a) denna förordnings tillämpningsområde och definitionen av politisk reklam i artikel 3.2,
- b) förordningens ändamålsenlighet när det gäller specifika medel för politisk reklam,
- c) ändamålsenligheten hos transparensåtgärderna, särskilt den förklaring och de mekanismer för att identifiera en reklamtjänsts eller ett reklammeddelandes politiska karaktär som fastställs i artiklarna 7 och 8,
- d) ändamålsenligheten hos de regler som begränsar behandlingen av personuppgifter för inriktningsteknik och annonsleveransteknik,
- e) tillsyns- och efterlevnadsstrukturens ändamålsenlighet samt typen av och storleken på de sanktioner som medlemsstaterna fastställer,
- f) förordningens inverkan på medieaktörer som enligt artikel 3.1, 3.2 och 3.3 i direktiv 2013/34/EU betraktas som mikroföretag samt små och medelstora företag,
- g) förordningens ändamålsenlighet mot bakgrund av den tekniska och vetenskapliga utvecklingen och annan utveckling,
- h) förordningens samverkan med de unionsrättsakter som avses i artikel 2.3,
- i) framstegen i arbetet med att inrätta den europeiska databasen och dess senare funktionssätt.

*Artikel 28***Utövande av delegeringen**

1. Befogenheten att anta delegerade akter ges till kommissionen med förbehåll för de villkor som anges i denna artikel.
2. Den befogenhet att anta delegerade akter som avses i artiklarna 12.6 och 19.5 ges till kommissionen för en period på fyra år från och med den 9 april 2024. Kommissionen ska utarbeta en rapport om delegeringen av befogenhet senast nio månader före utgången av perioden på fyra år. Delegeringen av befogenhet ska genom tyst medgivande förlängas med perioder av samma längd, såvida inte Europaparlamentet eller rådet motsätter sig en sådan förlängning senast tre månader före utgången av perioden i fråga.

SV

EUT L, 20.3.2024

3. Den delegering av befogenhet som avses i artiklarna 12.6 och 19.5 får när som helst återkallas av Europaparlamentet eller rådet. Ett beslut om återkallelse innebär att delegeringen av den befogenhet som anges i beslutet upphör att gälla. Beslutet får verkan dagen efter det att det offentliggörs i *Europeiska unionens officiella tidning*, eller vid ett senare i beslutet angivet datum. Det påverkar inte giltigheten av delegerade akter som redan har trätt i kraft.
4. Innan kommissionen antar en delegerad akt ska den samråda med experter som utsetts av varje medlemsstat i enlighet med principerna i det interinstitutionella avtalet av den 13 april 2016 om bättre lagstiftning.
5. Så snart kommissionen antar en delegerad akt ska den samtidigt delge Europaparlamentet och rådet denna.
6. En delegerad akt som antas i enlighet med artikel 12.6 eller 19.5 ska träda i kraft endast om varken Europaparlamentet eller rådet har gjort invändningar mot den delegerade akten inom en period på två månader från den dag då akten delgavs Europaparlamentet och rådet, eller om både Europaparlamentet och rådet, före utgången av den perioden, har underrättat kommissionen om att de inte kommer att invända. Denna period ska förlängas med två månader på Europaparlamentets eller rådets initiativ.

Artikel 29

Kommittéförfarande

1. Kommissionen ska biträdas av en kommitté. Denna kommitté ska vara en kommitté i den mening som avses i förordning (EU) nr 182/2011.
2. När det hänvisas till denna punkt ska artikel 5 i förordning (EU) nr 182/2011 tillämpas.

Artikel 30

Ikraftträdande och tillämpning

1. Denna förordning träder i kraft den tjugonde dagen efter det att den har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.
2. Den ska tillämpas från och med den 10 oktober 2025. Inom tillämpningsområdet för denna förordning ska dock artiklarna 3 och 5.1 tillämpas från och med dagen för dess ikraftträdande.

Denna förordning är till alla delar bindande och direkt tillämplig i alla medlemsstater.

Utfärdad i Strasbourg den 13 mars 2024.

På Europaparlamentets vägnar
R. METSOLA
Ordförande

På rådets vägnar
H. LAHBIB
Ordförande

Departementsserien 2024

Kronologisk förteckning

1. Ändrade regler om tillsyn m.m. över Totalförsvarets forskningsinstitut. Fö.
2. Avtal om försvarssamarbete med Amerikas förenta stater. Fö.
3. Partipolitiska lotterier. Fi.
4. Ett digitalt utvecklingsstöd till vissa tidskrifter. Ku.
5. Sociala grundvillkor i den gemensamma jordbrukspolitiken. LI.
6. Stärkt försvarsförmåga. Sverige som allierad. Fö.
7. Avskildhet vid dygnsvilan. En delredovisning angående frågor om Statens institutionsstyrelses särskilda befogenheter. S.
8. Förbättrat informationsutbyte mellan Arbetsförmedlingen och kommuner. A.
9. Bättre förutsättningar för utsänd statlig personal. UD.
10. Stärkt skydd för vissa förtroendevalda och en tydligare intern kontroll i kommuner och regioner. Fi.
11. Förbättrade möjligheter för polisen att använda kamerabevakning. Ju.
12. Pensionärernas levnadsstandard då och nu. En studie av pensionärernas levnadsstandard 2003–2024. S.
13. Bättre förutsättningar för att utveckla en kunskapsbaserad socialtjänst. S.
14. Ändamålsenlig styrning av äldreomsorgen via riktade statsbidrag. S.
15. Underlätta, utbilda, uppskatta – så erkänns ungas ideella engagemang. S.
16. Ett fritidskort för barn och unga – en aktiv och meningsfull fritid i gemenskap med andra. S.
17. Sweden's eighth national report under the Joint Convention on the safety of spent fuel management and on the safety of radioactive waste management – Sweden's implementation of the obligations of the Joint Convention. KN.
18. Nya regler om geografiska beteckningar och internationella varumärken. Ju.
19. Ett mer hållbart och längre arbetsliv. S.
20. Förbud mot äktenskap mellan kusiner och vissa andra nära släktingar. Ju.
21. En ny lag om forskningsetiska krav på och etikprövning av forskning som avser människor. U.
22. En moderniserad taltidningsverksamhet. Ku.
23. Inhibition av verkställigheten – en ny ordning för vissa utläningar vid tillfälliga verkställighetshinder. Ju.
24. Utökade registerkontroller vid anställning i kommun. Ju.
25. En snabbare utbyggnad av häkten och anstalter. LI.
26. Ökad trygghet och säkerhet på särskilda ungdomshem och LVM-hem. Slutredovisning angående frågor om Statens institutionsstyrelses särskilda befogenheter S.
27. Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam. Ku.

Departementsserien 2024

Systematisk förteckning

Arbetsmarknadsdepartementet

Förbättrat informationsutbyte mellan Arbetsförmedlingen och kommuner. [8]

Finansdepartementet

Partipolitiska lotterier. [3]

Stärkt skydd för vissa förtroendevalda och en tydligare intern kontroll i kommuner och regioner. [10]

Försvarsdepartementet

Ändrade regler om tillsyn m.m. över Totalförsvarets forskningsinstitut. [1]

Avtal om försvarssamarbete med Amerikas förenta stater. [2]

Stärkt försvarsförmåga. Sverige som allierad. [6]

Justitiedepartementet

Förbättrade möjligheter för polisen att använda kamerabevakning. [11]

Nya regler om geografiska beteckningar och internationella varumärken. [18]

Förbud mot äktenskap mellan kusiner och vissa andra nära släktingar. [20]

Inhibition av verkställigheten – en ny ordning för vissa utlännningar vid tillfälliga verkställighetshinder. [23]

Utökade registerkontroller vid anställning i kommun. [24]

Klimat- och näringslivsdepartementet

Sweden's eighth national report under the Joint Convention on the safety of spent fuel management and on the safety of radioactive waste management – Sweden's implementation of the obligations of the Joint Convention. [17]

Kulturdepartementet

Ett digitalt utvecklingsstöd till vissa tidskrifter. [4]

En moderniserad taltidningsverksamhet. [22]

Kompletterande bestämmelser till EU:s förordning om politisk reklam. [27]

Landsbygds- och infrastrukturdepartementet

Sociala grundvillkor i den gemensamma jordbrukspolitiken. [5]

En snabbare utbyggnad av häkten och anstalter. [25]

Socialdepartementet

Avskildhet vid dygnsvilan.

En delredovisning angående frågor om Statens institutionsstyrelsens särskilda befogenheter. [7]

Pensionärernas levnadsstandard då och nu. En studie av pensionärernas levnadsstandard 2003–2024. [12]

Bättre förutsättningar för att utveckla en kunskapsbaserad socialtjänst. [13]

Ändamålsenlig styrning av äldreomsorgen via riktade statsbidrag. [14]

Underlätta, utbilda, uppskatta – så erkänns ungas ideella engagemang. [15]

Ett fritidskort för barn och unga – en aktiv och meningsfull fritid i gemenskap med andra. [16]

Ett mer hållbart och längre arbetsliv. [19]

Ökad trygghet och säkerhet på särskilda ungdomshem och LVM-hem. Slutredovisning angående frågor om Statens institutionsstyrelsens särskilda befogenheter. [26]

Utbildningsdepartementet

En ny lag om forskningsetiska krav på och etikprövning av forskning som avser människor. [21]

Utrikesdepartementet

Bättre förutsättningar för utsänd statlig personal. [9]