



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 7.7.2022
C(2022) 4901 final

Signora Presidente,

la Commissione ringrazia il Senato della Repubblica per il parere espresso in merito alla proposta della Commissione di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla trasparenza e al targeting della pubblicità politica (COM(2021) 731 final).

La Commissione apprezza l'analisi dettagliata svolta dal Senato della Repubblica su questo importante tema e assicura che tale analisi costituisce un importante contributo al dibattito in corso.

Nel parere si ritiene che la proposta non rispetti pienamente il principio di proporzionalità, in quanto la base giuridica dell'articolo 114 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea appare insufficiente per giustificare l'intervento nelle campagne elettorali nazionali e locali e per imporre obblighi ai candidati elettorali nazionali e ai partiti politici. La Commissione rileva che, nella misura in cui il regolamento proposto contiene disposizioni riguardanti gli obiettivi dell'articolo 114, esso mira a stabilire obblighi di trasparenza armonizzati a carico dei prestatori di servizi di pubblicità politica e servizi connessi, in materia di conservazione, divulgazione e pubblicazione delle informazioni connesse alla prestazione di tali servizi. Di per sé dette norme non impongono obblighi ai candidati elettorali nazionali e ai partiti politici, tranne quello di dichiarare la natura politica della pubblicità di cui sono sponsor. Oltre a ciò, la proposta di regolamento non intende incidere sulle norme nazionali in materia di organizzazione delle campagne elettorali nazionali e locali.

Al fine di conseguire l'obiettivo di un intervento ai sensi dell'articolo 114 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, ossia l'eliminazione degli ostacoli derivanti dall'incertezza giuridica e dalla frammentazione, è inoltre necessario che le misure proposte, applicabili ai prestatori di servizi di pubblicità politica, si applichino in modo uniforme in tutti gli Stati membri, sia in situazioni transfrontaliere che in ambito meramente nazionale, e indipendentemente dal livello delle elezioni in corso.

Le restrizioni imposte al targeting dei messaggi di pubblicità politica inserite nella proposta ai sensi dell'articolo 16 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea si applicano a tutti gli attori che usano tecniche di targeting e amplificazione nell'ambito della pubblicazione, diffusione o promozione di pubblicità politica, che comportano il

*Sen. Maria Elisabetta ALBERTI CASELLATI
Presidente del
Senato della Repubblica
Piazza Madama I
00186 ROMA, ITALIA*

trattamento di dati personali, indipendentemente dalla prestazione di servizi. Tali restrizioni sono proporzionate in quanto di portata strettamente limitata alle specifiche attività di targeting politico, individuate in funzione del rischio significativo che rappresentano per i diritti fondamentali dell'individuo.

Per quanto riguarda l'opportunità di prevedere norme minime, e mediante una direttiva, la Commissione osserva che la scelta dell'atto giuridico trova giustificazione nella necessità che sia data un'applicazione uniforme alle nuove norme, come la definizione di pubblicità politica e gli obblighi di trasparenza cui sono tenuti i prestatori di servizi di pubblicità politica quando preparano o diffondono messaggi. Occorre inoltre garantire standard di trasparenza sufficientemente elevati per assicurare l'efficacia delle misure a sostegno delle autorità nazionali nello svolgimento delle loro funzioni di garanzia di un processo democratico equo e aperto in tutti gli Stati membri. Le preoccupazioni nazionali relative alle lacune normative in materia di pubblicità politica hanno spinto gli Stati membri a prendere provvedimenti che non possono affrontare le problematiche transfrontaliere e contribuiscono alla frammentazione normativa individuata. Le norme minime non sono sufficienti per eliminare completamente la frammentazione del mercato interno.

Il ricorso a un regolamento è giustificato anche dalla necessità di rafforzare la tutela delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali attraverso norme armonizzate sull'uso delle tecniche di targeting e amplificazione nell'ambito della pubblicazione, diffusione o promozione di pubblicità politica, che comportano l'uso di dati personali, in linea con un altro regolamento -il regolamento (UE) 2016/679- e nel quadro da esso istituito.

Prevedere unicamente norme minime non sarebbe pertanto coerente nemmeno con gli obiettivi della proposta della Commissione.

Confidando che i chiarimenti forniti rispondano alle questioni sollevate, la Commissione auspica di proseguire in futuro il dialogo politico con il Senato della Repubblica.

La prego di accogliere, signora Presidente, i sensi della mia più alta stima.

Maroš Šefčovič
Vicepresidente

Věra Jourová
Vicepresidente

