
Elezioni europee: in vigore nuove norme su pubblicità politica. Jourova (Commissione), “trasparenza e protezione da interferenze”

Entrano oggi in vigore nuove norme dell'Unione europea che stabiliscono standard comuni nel mercato interno in materia di trasparenza e targeting della pubblicità politica, “consentendo ai cittadini di identificare i messaggi che cercano di influenzare le loro opinioni e decisioni politiche”, come specifica una nota della Commissione. Queste regole intendono promuovere “un dibattito democratico aperto ed elezioni libere”. La pubblicità politica “deve ora essere chiaramente identificata come tale e indicare chi l'ha pagata, a quale prezzo, a quale processo elettorale o legislativo è collegata”. Ciò che peraltro avviene già in alcuni Stati membri. “Per proteggere i processi democratici europei dalle interferenze straniere, il regolamento vieta la sponsorizzazione di annunci pubblicitari provenienti da Paesi terzi tre mesi prima di un'elezione o di un referendum”. Vera Jourová, vicepresidente della Commissione, dichiara: “La nuova legge rende la pubblicità politica più trasparente e stabilisce protezioni più forti contro le interferenze e le manipolazioni straniere. Sarà più facile per gli elettori votare, identificare i contenuti a pagamento, sapere chi ha pagato la pubblicità elettorale”. Le norme si applicheranno anche per le elezioni parlamentari europee del 2024.

Gianni Borsa