Europos Sąjungos
oficialusis leidinys

LT
L serija

2024/900

2024 3 20

EUROPOS PARLAMENTO IR TARYBOS REGLAMENTAS (ES) 2024/900

2024 m. kovo 13 d.

dėl politinės reklamos skaidrumo ir atrankiojo adresavimo

(Tekstas svarbus EEE)

EUROPOS PARLAMENTAS IR EUROPOS SĄJUNGOS TARYBA,

atsižvelgdami į Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo, ypač į jos 16 ir 114 straipsnius,

atsižvelgdami į Europos Komisijos pasiūlymą,

teisėkūros procedūra priimamo akto projektą perdavus nacionaliniams parlamentams,

atsižvelgdami į Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonę ([1]),

atsižvelgdami į Regionų komiteto nuomonę ([2]),

laikydamiesi įprastos teisėkūros procedūros ([3]),

kadangi:

(1) politinės reklamos pasiūla ir paklausa auga ir ji tampa vis labiau tarpvalstybinė. Su ta veikla siejami įvairias diversifikuotas ir vis gausesnes paslaugas teikiantys subjektai, pavyzdžiui, politinių konsultacijų įmonės, reklamos agentūros, reklamos technologijų platformos, viešųjų ryšių įmonės, nuomonės formuotojai ir įvairūs duomenų analitikai bei finansų tarpininkai. Politinė reklama gali būti įvairių formų, įskaitant mokamą turinį, remiamus paieškos rezultatus, mokamus tikslinius pranešimus, paramą reitinguojant, į turinį integruotą kokio nors dalyko ar asmens reklamą, pavyzdžiui, prekių rodymą, nuomonės formuotojų ir kitokią paramą. Susijusi veikla gali apimti, pavyzdžiui, politinės reklamos platinimą užsakovo prašymu arba turinio publikavimą už užmokestį ar kitų formų atlygį, įskaitant nepiniginę naudą;

(2) politinė reklama gali būti platinama arba publikuojama įvairiais būdais ir įvairiais kanalais tarpvalstybiniu mastu tiek internetu, tiek ne internetu. Jai būdingas spartus augimas ir ji gali būti platinama arba publikuojama tradicinėje neinternetinėje žiniasklaidoje, pavyzdžiui, laikraščiuose, televizijoje ir radijuje, taip pat vis dažniau interneto platformose, interneto svetainėse, naudojantis mobiliosiomis programėlėmis, kompiuteriniais žaidimais ir kitomis skaitmeninėmis sąsajomis. Pastaroji ne tik gali būti siūloma tarpvalstybiniu mastu, bet taip pat kelia naujų sudėtingų reguliavimo ir vykdymo užtikrinimo problemų. Politinės reklamos internete naudojimas sparčiai auga, o tam tikra linijinių neinternetinių formų politinė reklama, pavyzdžiui, per radiją ir televiziją, taip pat siūloma internetu kaip užsakomosios paslaugos. Politinės reklamos kampanijos dažniausiai rengiamos naudojantis įvairiais kanalais ir būna įvairių formų;

(3) atsižvelgiant į tai, kad reklama, įskaitant politinę reklamą, paprastai teikiama už atlygį, kuris gali būti ir nepiniginė nauda, tai yra paslaugų teikimo veikla pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 57 straipsnį. prie Amsterdamo sutarties pridėtoje Deklaracijoje Nr. 22 dėl asmenų su negalia valstybių narių vyriausybių atstovų konferencija sutarė, kad, rengdamos priemones pagal SESV 114 straipsnį, Sąjungos institucijos turi atsižvelgti į asmenų su negalia poreikius;

(4) būtinybė užtikrinti skaidrumą yra teisėtas viešasis tikslas, atitinkantis Sąjungos ir jos valstybių narių bendras vertybes pagal Europos Sąjungos sutarties (toliau – ES sutartis) 2 straipsnį. Piliečiams ne visada lengva atpažinti politinės reklamos skelbimus ir savo demokratinėmis teisėmis naudotis turint pakankamai informacijos. Dezinformacijos rafinuotumo didėjimas, subjektų įvairėjimas, sparti naujų technologijų raida ir suintensyvėjęs manipuliavimo informacija plitimas bei kišimas į mūsų demokratinius rinkimų ir reguliavimo procesus yra svarbūs iššūkiai

([1]) OL C 275, 2022 7 18, p. 66.
([2]) OL C 301, 2022 8 5, p. 102.
([3]) 2024 m. vasario 27 d. Europos Parlamento pozicija (dar nepaskelbta Oficialiajame leidinyje) ir 2024 m. kovo 11 d. Tarybos sprendimas.

Sąjungai ir valstybėms narėms. Politinė reklama gali būti vienas iš būdų skleisti dezinformaciją, ypač kai neatskleidžiama, kad tai politinė reklama, ją platina už Sąjungos ribų esantys užsakovai arba joje gali būti naudojami atrankiojo adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo metodai. Būtinas didelis skaidrumas, *inter alia*, siekiant remti atviras ir sąžiningas politines diskusijas, politines kampanijas bei laisvus ir sąžiningus rinkimus ar referendumus, taip pat kovoti su manipuliavimu informacija ir kišimusi, be kita ko, neteisėtu kišimusi, įskaitant vykdomą trečiųjų valstybių. Politinės reklamos skaidrumas padeda rinkėjams ir asmenims apskritai geriau suprasti, kada ir kieno vardu jiems pateikiamas politinės reklamos skelbimas ir kaip ir kodėl jie atrenkami kaip reklamos paslaugų teikėjo adresatai, todėl rinkėjai gali priimti geriau pagrįstus sprendimus. Siekiant padėti asmenims kuo geriau pasinaudoti politinės reklamos skaidrumu, turėtų būti remiamas medijų raštingumas;

(5) šiuo reglamentu siekiama užtikrinti, kad politinė reklama būtų teikiama visapusiškai paisant pagrindinių teisių;

(6) politinės reklamos srityje dažnai naudojami atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimo pateikimo metodai, grindžiami asmens duomenų, įskaitant stebimus ir numanomus asmens duomenis, pavyzdžiui, duomenis, atskleidžiančius politines pažiūras, ir kitų specialių kategorijų duomenis, tvarkymu. Atrankiojo adresavimo metodai turėtų būti suprantami kaip metodai, kurie naudojami tam, kad tvarkant asmens duomenis politinės reklamos skelbimas, kurio turinys dažnai yra pritaikytas, būtų adresuojamas tik konkrečiam asmeniui ar asmenų grupei arba jie nebūtų įtraukti. Reklamos skelbimo pateikimo metodai turėtų būti suprantami kaip įvairūs optimizavimo metodai, kurie grindžiami automatizuotu asmens duomenų tvarkymu, siekiant padidinti politinės reklamos skelbimo sklaidą, aprėptį ar matomumą. Tokius metodus gali naudoti politinės reklamos skelbėjai, visų pirma labai didelės interneto platformos, kaip tai suprantama Europos Parlamento ir Tarybos reglamente (ES) 2022/2065 ([4]), kad pateiktų politinės reklamos skelbimus tikslinei auditorijai remiantis asmens duomenimis ir reklamos skelbimo turiniu. Reklamos skelbimo pateikimas naudojant tokius metodus apima algoritmų, kurie šiuo metu asmenų atžvilgiu yra neskaidrūs ir kurių poveikis gali skirtis nuo užsakovų arba užsakovų vardu veikiančių reklamos paslaugų teikėjų ketinimų. Atsižvelgiant į asmens duomenų netinkamo panaudojimo taikant atrankųjį adresavimą, be kita ko, taikant atrankųjį mikroadresavimą ir kitus pažangius metodus, potencialą, tokie metodai gali kelti ypatingą grėsmę tokiems teisėtiems viešiesiems interesams, kaip sąžiningumas, lygios galimybės ir rinkimų proceso skaidrumas, taip pat tokioms pagrindinėms teisėms kaip saviraiškos laisvė, teisė į privatų gyvenimą ir asmens duomenų apsaugą, taip pat teisė į lygybę, diskriminacijos uždraudimas ir teisė būti objektyviai, skaidriai ir pliuralistiškai informuotam;

(7) šiuo metu politinė reklama valstybėse narėse reguliuojama nevienodai, be to, daugeliu atvejų daugiausia dėmesio skiriama tradiciniams kanalams. Yra konkrečių apribojimų, be kita ko, susijusių su tarpvalstybiniu politinės reklamos paslaugų teikimu, o tai veikia tarpvalstybinių ir europinių politinių kampanijų vykdymą. Kai kurios valstybės narės kitose valstybėse narėse įsisteigusiems Sąjungos paslaugų teikėjams draudžia rinkimų laikotarpiais teikti politinio pobūdžio ar politinės paskirties paslaugas. Be to, tikėtina, kad kai kurių valstybių narių nacionalinės teisės aktuose esama trūkumų ir spragų, todėl kartais politinė reklama platinama neatsižvelgiant į atitinkamas nacionalines taisykles ir tai gali pakenkti politinės reklamos skaidrumo reguliavimui;

(8) siekdamos užtikrinti didesnį politinės reklamos skaidrumą, be kita ko, spręsti piliečiams susirūpinimą keliančius klausimus, kai kurios valstybės narės jau išnagrinėjo arba svarsto papildomas priemones, kad įvertintų politinės reklamos skaidrumo klausimą ir padėtų užtikrinti sąžiningas politines diskusijas bei laisvus ir sąžiningus rinkimus ar referendumus. Tos nacionalinės priemonės visų pirma yra skirtos politinei reklamai, kuri publikuojama ir platinama internete, ir jomis gali būti numatyta papildomų ribojimų. Tos priemonės yra įvairios – nuo neįpareigojančių iki privalomų – ir apima skirtingus skaidrumo užtikrinimo elementus;

([4]) 2022 m. spalio 19 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2022/2065 dėl bendrosios skaitmeninių paslaugų rinkos, kuriuo iš dalies keičiama Direktyva 2000/31/EB (Skaitmeninių paslaugų aktas) (OL L 277, 2022 10 27, p. 1).

(9) dėl tokios padėties ryškėja vidaus rinkos susiskaidymas, mažėja politinės reklamos skelbimus rengiančių, rodančių, skleidžiančių, publikuojančių, pateikiančių ar platinančių politinės reklamos paslaugų teikėjų teisinis tikrumas, randasi kliūčių laisvam susijusių paslaugų judėjimui, iškraipoma konkurencija vidaus rinkoje, be kita ko, tarp neinternetinių ir internetinių paslaugų teikėjų, o atitinkami paslaugų teikėjai yra priversti laikytis sudėtingų reikalavimų ir patiria papildomų išlaidų;

(10) atsižvelgiant į tai, tikėtina, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai praras motyvaciją savo politinės reklamos paslaugas teikti tarpvalstybiniu mastu. Tai pasakytina pirmiausia apie labai mažas, mažąsias ir vidutines įmones, kurios dažnai neturi pakankamai išteklių, kad galėtų padengti dideles reikalavimų laikymosi išlaidas, susijusias su politinės reklamos rengimu, rodymu, skleidimu, publikavimu, pateikimu ar platinimu daugiau nei vienoje valstybėje narėje, arba tokias išlaidas perkelti savo klientams. Tai riboja paslaugų prieinamumą ir daro neigiamą poveikį paslaugų teikėjų galimybei vidaus rinkoje diegti inovacijas ir siūlyti įvairialypes ir daugiašales kampanijas;

(11) todėl visoje Sąjungoje teikiant politinės reklamos paslaugas turėtų būti nuosekliai užtikrintas didelis politinės reklamos skaidrumas ir užkirstas kelias skirtumams, trukdantiems laisvam susijusių paslaugų judėjimui vidaus rinkoje; tuo tikslu politinės reklamos paslaugų užsakovams ir teikėjams turėtų būti nustatytos suderintos politinės reklamos paslaugų teikimo taisyklės, įskaitant taisykles dėl skaidrumo ir susijusių išsamaus patikrinimo pareigų, kuriomis garantuojama vienoda asmens teisių apsauga ir priežiūra visoje vidaus rinkoje pagal SESV 114 straipsnį;

(12) valstybės narės nacionalinės teisės aktuose neturėtų palikti ar į juos įtraukti nuostatų dėl politinės reklamos skaidrumo, nukrypstančių nuo šiame reglamente įtvirtintų nuostatų, visų pirma griežtesnių ar švelnesnių nuostatų, kuriomis užtikrinamas nevienodo lygio politinės reklamos skaidrumas. Visiškas su politinės reklamos skelbimu susijusių skaidrumo ir išsamaus patikrinimo pareigų suderinimas didina teisinį tikrumą ir mažina paslaugų teikėjų pareigų, susijusių su politine reklama, skirtumus;

(13) visiškas skaidrumo ir susijusių išsamaus patikrinimo pareigų suderinimas neturėtų daryti poveikio politinės reklamos paslaugų teikėjų laisvei savanoriškai teikti papildomą informaciją apie politinę reklamą, kuri yra pagal Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos (toliau – Chartija) 11 straipsnį saugomos saviraiškos ir informacijos laisvės dalis;

(14) šiuo reglamentu tik suderinamos politinės reklamos paslaugų teikimo ir atrankiojo adresavimo metodų bei reklamos skelbimo pateikimo metodų taikymo taisyklės, įskaitant skaidrumo ir susijusias išsamaus patikrinimo pareigas, taip pat jo priežiūros ir vykdymo užtikrinimo taisyklės. Jis neturėtų daryti poveikio nei politinės reklamos skelbimų turiniui, nei Sąjungos arba valstybių narių taisyklėms, reglamentuojančioms kitus su politine reklama susijusius aspektus, nepatenkančius į šio reglamento taikymo sritį. Todėl šiuo reglamentu nekeičiamos taisyklės, reglamentuojančios politinių kampanijų vykdymą ir finansavimą, įskaitant politinės reklamos bendruosius draudimus ar apribojimus tam tikrais konkrečiais laikotarpiais, agitacijos draudimo laikotarpius, atskirų kampanijos rėmėjų dovanas arba draudimus, susijusius su komercinės reklamos naudojimu rinkimų kampanijos tikslais. Be to, šis reglamentas neturėtų daryti poveikio visų pirma laisvei turėti savo įsitikinimus ir žodžio laisvę, kurios yra pagrindinės teisės;

(15) taikant šį reglamentą ir užtikrinant jo vykdymą turėtų būti, vadovaujantis proporcingumo principu, atsižvelgiama į konkrečius labai mažų, mažųjų ir vidutinių įmonių poreikius. Labai mažos, mažosios ir vidutinės įmonės turėtų būti suprantamos kaip įmonės, atitinkančios Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2013/34/ES ([5]) 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus kriterijus;

([5]) 2013 m. birželio 26 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2013/34/ES dėl tam tikrų rūšių įmonių metinių finansinių ataskaitų, konsoliduotųjų finansinių ataskaitų ir susijusių pranešimų, kuria iš dalies keičiama Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/43/EB ir panaikinamos Tarybos direktyvos 78/660/EEB ir 83/349/EEB (OL L 182, 2013 6 29, p. 19).

(16) šiuo reglamentu turėtų būti numatyti suderintos skaidrumo ir susijusios išsamaus patikrinimo pareigos, taikomos ekonominės veiklos vykdytojams, teikiantiems politinės reklamos ir susijusias paslaugas, t. y. besiverčiantiems veikla, paprastai vykdoma už atlygį, kuris gali būti ir nepiniginė nauda. Tos paslaugos apima, be kita ko, politinės reklamos skelbimų rengimą, rodymą, sklaidą, publikavimą, pateikimą ir platinimą. Šio reglamento taisyklės, kuriomis numatomas aukšto lygio politinės reklamos paslaugų skaidrumas, yra grindžiamos SESV 114 straipsniu. Šiuo reglamentu taip pat turėtų būti reglamentuotas grindžiamas asmens duomenų tvarkymu grindžiamų atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimo pateikimo metodų naudojimas skleidžiant, publikuojant, pateikiant ar platinant politinę reklamą. Šio reglamento taisyklės, taikomos atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimo pateikimo metodams, yra grindžiamos SESV 16 straipsniu. Politinė reklama, skirta tam tikroje valstybėje narėje esantiems asmenims, turėtų apimti reklamą, kurią visiškai parengia, rodo, skleidžia, publikuoja, pateikia ar platina už Sąjungos ribų įsisteigę paslaugų teikėjai, tačiau kuri asmenims platinama Sąjungoje. Siekiant nustatyti, ar politinės reklamos skelbimas yra skirtas tam tikroje valstybėje narėje esantiems asmenims, turėtų būti atsižvelgiama į veiksnius, kurie jį sieja su ta valstybe nare, įskaitant reklamos skelbimo kalbą, kontekstą, tikslą ir platinimo būdus;

(17) taikant šį reglamentą turėtų būti atsižvelgiama į politinės reklamos skelbimo publikavimo arba platinimo terpės ypatumus, visų pirma siekiant pritaikyti jo sąlygas televizijai, radijui ir laikraščiams priklausomai nuo konkretaus atvejo pagal ES teisę;

(18) reikėtų priminti, kad tarpvalstybiniam reklamos paslaugų teikimui vidaus rinkoje taikomas nediskriminavimo principas. Tas principas reiškia, be kita ko, kad paslaugos gavėjo galimybė gauti viešai siūlomą paslaugą negali būti ribojama vien dėl paslaugos gavėjo pilietybės arba gyvenamosios ar įsisteigimo vietos. Todėl politinės reklamos paslaugų teikėjams neturėtų būti leidžiama diskriminuoti Sąjungoje gyvenančių arba teisėtai įsisteigusių užsakovų dėl jų gyvenamosios ar įsisteigimo vietos, išskyrus atvejus, kai skirtingas požiūris yra pagrįstas ir proporcingas pagal Sąjungos teisę. Nediskriminacinė prieiga prie tarpvalstybinių politinės reklamos paslaugų yra būtina tam, kad tų paslaugų gavėjai galėtų pasinaudoti visais vidaus rinkos privalumais tame sektoriuje. Nediskriminacinė prieiga prie tarpvalstybinių politinės reklamos paslaugų yra ypač svarbi Europos politinėms partijoms, atsižvelgiant į jų vaidmenį padedant formuoti europinį politinį sąmoningumą ir reiškiant Sąjungos piliečių valią, kaip nustatyta ES sutarties 10 straipsnio 4 dalyje ir Chartijos 12 straipsnio 2 dalyje, taip pat jų europinį teisinį statusą pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES, Euratomas) Nr. 1141/2014 ([6]).

Neturėtų būti leidžiama, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai nepagrįstai apribotų Europos politinių partijų laisvę gauti tarpvalstybines politinės reklamos paslaugas, nes tai trukdo vykdyti veiksmingą politinę kampaniją visoje Sąjungoje ir taip kliudo atlikti joms pagal Sutartis pavestą vaidmenį. Todėl politinės reklamos paslaugų teikėjai neturėtų atsisakyti teikti savo paslaugas Europos politinei partijai, sudaryti kliūtis jas teikti arba padaryti tas paslaugas mažiau patrauklias vien dėl jos įsisteigimo vietos, įskaitant registraciją, neatmetant galimybės taikyti skirtingą požiūrį, grindžiamą pagrįstomis objektyviomis priežastimis. Panašūs argumentai taikomi ir Europos Parlamento frakcijoms, kurios sudarytos remiantis Europos Parlamento darbo tvarkos taisyklėmis ir vykdo joms tenkančias pareigas, kurios sudaro dalį Sąjungos veiklos. Šiame reglamente įtvirtinta nuostata dėl nediskriminavimo nenustato Europos politinių partijų ar Europos Parlamento frakcijų teisinio statuso ir jam nedaro jokio poveikio, o tik reglamentuoja jų, kaip užsakovų, statusą;

(19) yra žinoma, kad tam tikrų trečiųjų valstybių subjektų arba trečiųjų valstybių piliečių, kurie Sąjungoje gali būti politinės reklamos užsakovais, kišimasis į rinkimus kelia didelę grėsmę demokratijai, kuri yra viena iš bendrų Sąjungos vertybių ir kurios apsauga yra itin svarbi Sąjungai bei jos valstybėms narėms. Todėl kai kurios valstybės narės jau yra nustačiusios arba svarsto galimybę trečiųjų valstybių subjektams arba trečiųjų valstybių piliečiams taikyti įvairius finansavimo teikimo per rinkimus apribojimus. Tokia nevienoda reguliavimo padėtis, kuri gali pablogėti dėl vyraujančio įtempto tarptautinio klimato, kliudo politinės reklamos paslaugų teikėjams veikti

([6]) 2014 m. spalio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES, Euratomas) Nr. 1141/2014 dėl Europos politinių partijų ir Europos politinių fondų statuto ir finansavimo (OL L 317, 2014 11 4, p. 1).

skirtingų valstybių narių rinkose. Todėl ta nevienoda reguliavimo padėtis turėtų būti suderinta su bendru minimaliu standartu. Turėtų būti reikalaujama, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai tris mėnesius iki Sąjungos lygmeniu arba nacionaliniu, regioniniu ar vietos lygmeniu valstybėje narėje organizuojamų rinkimų ar referendumo politinės reklamos paslaugas teiktų tik Sąjungos piliečiams, nuolat Sąjungoje gyvenantiems ir teisę balsuoti tuose rinkimuose ar referendume turintiems trečiųjų valstybių piliečiams arba Sąjungoje įsisteigusiems juridiniams asmenims, kurių nekontroliuoja trečiųjų valstybių subjektai. Kišimosi į rinkimus ar referendumus įvairiose valstybėse narėse rizika ir valstybių narių atliekami tos rizikos vertinimai skiriasi, todėl skirtingose valstybėse narėse gali būti tikslinga taikyti griežtesnes nacionalines taisykles, kuriomis būtų numatyti visų pirma ilgesni trečiųjų valstybių subjektų arba trečiųjų valstybių piliečių teikiamos paramos ribojimo laikotarpiai. Todėl trijų mėnesių minimalus standartas neturėtų užkirsti kelio valstybėms narėms nustatyti griežtesnes nacionalines taisykles, atitinkančias Sąjungos teisę. Tais atvejais, kai apie rinkimus ar referendumą paskelbiama likus mažiau nei trims mėnesiams iki jų dienos, neturėtų būti laikoma, kad tai sukelia pareigų laikotarpiu iki rinkimų ar referendumo paskelbimo;

(20) siekiant kovoti su manipuliavimu informacija ir kišimusi į politinę reklamą, interneto platformos, kaip ji apibrėžta Reglamente (ES) 2022/2065, skatinamos, be kita ko, taikant Kovos su dezinformacija praktikos kodeksą, nustatyti ir įgyvendinti specialiai pritaikytą politiką ir kitas atitinkamas priemones, be kita ko, dalyvaujant platesnėse dezinformacijos demonetizavimo iniciatyvose, kuriomis siekiama užkirsti kelią politinės reklamos, kurioje yra dezinformacijos, rodymui;

(21) Sąjungos lygmeniu politinės reklamos arba politinės reklamos skelbimo apibrėžties nėra. Sąjungos lygmens apibrėžtis yra būtina tam, kad būtų galima nustatyti suderintų skaidrumo ir susijusių išsamaus patikrinimo pareigų ir atrankiojo adresavimo bei reklamos skelbimo pateikimo metodų taikymo taisykles. Ta apibrėžtis turėtų apimti įvairias politinės reklamos formas ir bet kokias publikavimo ar platinimo Sąjungoje priemones ir būdus, neatsižvelgiant į tai, ar jos šaltinis yra Sąjungoje, ar trečiojoje valstybėje;

(22) politinės reklamos apibrėžtis turėtų apimti reklamą, tiesiogiai ar netiesiogiai parengiamą, rodomą, skleidžiamą, publikuojamą, pateikiamą ar platinamą politinio subjekto arba bet kokiomis priemonėmis tiesiogiai ar netiesiogiai parengiamą, rodomą, skleidžiamą, publikuojamą, pateikiamą ar platinamą už jį ar jo vardu. Politinę reklamą paprastai tiesiogiai ar netiesiogiai kontroliuoja užsakovas, kuris galėtų būti politinis subjektas ir kuris visų pirma galėtų nustatyti rengiamos, rodomos, skleidžiamos, publikuojamos, pateikiamos ar platinamos politinės reklamos politinį pobūdį, turinį ar skelbimą. Kartais galutinę užsakovo kontrolę gali vykdyti kitas subjektas. Nustatant, ar subjektas vykdo galutinę užsakovo kontrolę, turėtų būti remiamasi teisėmis, sutartimis ar kitomis priemonėmis, kurios atskirai arba kartu, atsižvelgiant į susijusias faktines ar teisines aplinkybes, suteikia galimybę daryti lemiamą įtaką subjektui, visų pirma per nuosavybę, teisę naudoti visą subjekto turtą ar jo dalį, arba teisėmis ar sutartimis, suteikiančiomis lemiamą įtaką subjekto organų sudėčiai, balsavimui ar sprendimams. Siekiant nustatyti, ar pranešimas yra išimtinai privataus ar išimtinai komercinio pobūdžio, reikėtų atsižvelgti į visus svarbius veiksnius, tokius kaip jo turinys, pranešimo užsakovas, kalba, kuria perteikiamas pranešimas, pranešimo perteikimo kontekstas, įskaitant platinimo laikotarpį, pranešimo tikslas ir priemonės, kuriomis pranešimas parengiamas, rodomas, skleidžiamas, publikuojamas, pateikiamas ar platinamas, ir jo tikslinę auditoriją. Pranešimai, susiję su politinio subjekto šeimine padėtimi ar verslo veikla, gali būti išimtinai privataus arba išimtinai komercinio pobūdžio;

(23) be to, kaip politinė reklama turėtų būti vertinamas kitų subjektų pranešimo, kuris gali turėti įtakos rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui Sąjungos, nacionaliniu, regioniniu ar vietos partijos lygmeniu ir kuris yra skirtas tokiai įtakai daryti, sklaida, publikavimas, pateikimas ar platinimas. Teisėkūros ar reguliavimo procesas turėtų apimti sprendimų, turinčių bendrąjį privalomą poveikį Sąjungos, nacionaliniu, regioniniu ar vietos lygmeniu, priėmimą. Turėtų būti aiškus ir esminis ryšys tarp šio pranešimo ir jo potencialo daryti įtaką rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui. Siekiant nustatyti tokį ryšį, reikėtų atsižvelgti į visus veiksnius, kurie buvo svarbūs pranešimo sklaidos, publikavimo, pateikimo ar platinimo momentu, pavyzdžiui, pranešimo užsakovo tapatybę, pranešimo formą ir turinį, šnekamąją ar rašytinę kalbą, vartojamą jam perteikti, jo perteikimo kontekstą, įskaitant platinimo

laikotarpį, tokį kaip rinkimų laikotarpis, pranešimo tikslą ir priemones, kuriomis pranešimas buvo skleidžiamas, publikuojamas, pateikiamas ar platinamas ir tikslinę auditoriją. Turėtų būti suprantama, kad kalba apima bet kokią Sąjungoje vartojamą kalbą, įskaitant regioninius dialektus ir gestų kalbą, naudojant bet kokias ryšio ar kodifikavimo priemones, pavyzdžiui, Brailio raštą ir kitas priemones. Dizainas turėtų būti akivaizdus iš tų veiksnių, o ryšys neturėtų būti nustatomas vien atgaline data pagal pranešimo poveikį;

(24) politinė reklama apima situaciją, kai pranešimo, kuris gali turėti įtakos rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui, ir kuris yra skirtas tokiai įtakai daryti, rengimą, rodymą, sklaidą, publikavimą, pateikimą ar platinimą atlieka savo vardu veikiantis subjektas (vidaus veikla). Vidaus veikla, kuri turėtų būti laikoma susijusia tik su šio reglamento III skyriumi, turėtų būti suprantama kaip subjekto vykdoma veikla, kurią sudaro pranešimo, kuris gali turėti įtakos rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui, ir kuris yra skirtas tokiai įtakai daryti, rengimas, rodymas, sklaida, publikavimas, pateikimas ar platinimas bet kokiomis priemonėmis arba kuria prie to iš esmės prisidedama;

(25) komercinė reklama ir rinkodaros praktika gali teisėtai veikti vartotojų nuomonę apie prekes ir paslaugas bei jų pirkimo įpročius, be kita ko, per prekės ženklo diferenciaciją, grindžiamą įmonės veikla įmonių socialinės atsakomybės srityje, socialinį poveikį ar bet kokiais kitais į tikslą orientuotais veiksmais. Šis reglamentas turėtų būti taikomas komercinei reklamai, kuri gali turėti įtakos rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui ir kuri yra skirta tokiai įtakai daryti;

(26) Komisija turėtų parengti bendras veiksmingo šio reglamento įgyvendinimo gaires ir visų pirma padėti užsakovams arba jų vardu veikiantiems reklamos paslaugų teikėjams deklaruoti ir identifikuoti politinės reklamos skelbimus, ir padėti politinės reklamos paslaugų teikėjams sudarant palankesnes sąlygas pateikti tokias deklaracijas ir jas tinkamai administruojant;

(27) siekiant užtikrinti veiksmingą komunikavimą su plačiąja visuomene, valstybės narės ar Sąjungos valdžios institucijos, įskaitant vyriausybės narius, už ją arba jos vardu vykdoma vieša komunikacija, pavyzdžiui, pranešimai spaudai ar konferencijos, kuriose pranešama apie teisėkūros ar reguliavimo iniciatyvas ir paaiškinamas politikos pasirinkimas, kuriuo grindžiamos tokios iniciatyvos, neturėtų būti laikoma politine reklama, jeigu ji nėra skirta daryti įtaką rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui. Analogiškai, politine reklama taip pat neturėtų būti laikoma valstybės narės arba Sąjungos oficialiuose šaltiniuose pateikiama praktinė informacija vien apie dalyvavimo rinkimuose ar referendumuose organizavimą ir sąlygas, įskaitant kandidatūras ir referendumui spręsti pateiktą klausimą;

(28) šis reglamentas neturėtų būti taikomas tais atvejais, kai teisės aktuose yra aiškiai numatyta ir nemokamai suteikiama konkreti nurodyta vieša erdvė kandidatams pristatyti, pavyzdžiui, skiriant plotą tokiam prisistatymui savivaldybėse ir kitose viešosiose erdvėse arba tam tikrą transliavimo laiką televizijoje, kai tai daroma sąžiningai ir nediskriminuojant bei remiantis skaidriais ir objektyviais kriterijais;

(29) žiniasklaida prisideda prie sklandaus demokratinių procesų veikimo ir atlieka esminį vaidmenį užtikrinant saviraiškos ir informacijos laisvę, ypač laikotarpiais, einančiais iškart prieš rinkimus. Ji suteikia erdvę viešoms diskusijoms ir prisideda prie viešosios nuomonės formavimo. Todėl šis reglamentas neturėtų daryti poveikio žiniasklaidos redakcinei laisvei. Į taikymo sritį neturėtų patekti politinės pažiūros, išreikštos bet kokiu kanalu, kuriam taikoma redakcinė atsakomybė, išskyrus atvejus, kai už jų rengimą, rodymą, skleidimą, publikavimą, pateikimą ar platinimą arba tiek, kiek tai susiję su jomis, tretieji asmenys teikia atlygį. Tačiau tie atvejai, kai politinės reklamos paslaugų teikėjai tokias politines pažiūras vėliau skleidžia, publikuoja ar platina, turėtų būti laikomi politine reklama;

(30) asmeniškai reiškiamos politinės pažiūros yra ypatinga saviraiškos ir informacijos laisvės išraiška. Tai nėra politinė reklama, todėl tą skirtumą būtina aiškiai nustatyti. Tuo tikslu šis reglamentas neturėtų būti taikomas asmeniškai reiškiamoms politinėms pažiūroms. Asmeniškai reiškiamos asmeninės politinės pažiūros paprastai turėtų būti identifikuojamos remiantis individualiu apsisprendimu, tačiau gali būti atsižvelgiama į kontekstinius elementus. Reikšmingi veiksniai galėtų būti, be kita ko, tai, ar nuomonė reiškiama kito subjekto vardu, ar pranešimu ketinama pačiam propaguoti kandidatūrą ar kampaniją rinkimų, referendumo arba teisėkūros ar reguliavimo proceso metu, ar ją pareiškia asmuo, kuris paprastai dalyvauja kampanijose arba imasi veiksmų dėl politinių ar socialinių pokyčių, ir ar pranešimas platinamas neribotam skaičiui asmenų. Neturėtų būti laikoma, kad politinės pažiūros reiškiamos asmeniškai, jei už tas pažiūras arba tiek, kiek tai susiję su jomis, tretieji asmenys teikia atlygį, įskaitant nepiniginę naudą.

(31) šio reglamento tikslais rinkimai turėtų būti suprantami kaip rinkimai į Europos Parlamentą, visi valstybėse narėse nacionaliniu, regioniniu ir vietos lygmenimis organizuojami rinkimai ar referendumai ir politinių partijų vadovybės rinkimai. Jie neturėtų apimti kitų formų rinkimų, pavyzdžiui, profesinių ar privačiai organizuojamų rinkimų;

(32) politinės reklamos skelbimą būtina apibrėžti kaip politinės reklamos atvejį. Reklamos skelbimai apima priemones, kuriomis reklamos pranešimas perduodamas, be kita ko, per spaudą, transliuojamąją žiniasklaidą, interneto svetainėse, paieškos sistemose ir duomenų srauto medijose arba naudojantis interneto platformos paslaugomis;

(33) politinių subjektų apibrėžtis turėtų apimti koncepcijas, apibrėžtas pagal Sąjungos teisę, taip pat nacionalinę teisę, laikantis tarptautinių, pavyzdžiui, Europos Tarybos, teisinių dokumentų. Į politinių subjektų apibrėžtį turėtų būti įtraukti su politine partija susiję ir jai pavaldūs subjektai, kurie yra įsteigti (su juridinio asmens statusu arba be jo), kad padėtų jai arba siektų jos tikslų, pavyzdžiui, užmegztų ryšius su konkrečia rinkėjų grupe arba siektų konkretaus rinkimų tikslo;

(34) politinių subjektų apibrėžtis taip pat turėtų apimti kandidatus į bet kurias renkamas pareigas arba tokias pareigas einančius asmenis ir valstybių narių vyriausybių nacionalinio, regioninio ar vietos lygmens arba Sąjungos institucijų, išskyrus Europos Sąjungos Teisingumo Teismą, Europos Centrinį Banką ir Audito Rūmus, narius;

(35) politinės reklamos kampanijos apibrėžtis turėtų apimti susijusių politinės reklamos skelbimų rengimą, rodymą, sklaidą, publikavimą, pateikimą ir platinimą pagal politinės reklamos paslaugų teikimo sutartį, remiantis bendro rengimo, užsakymo ar finansavimo principais;

(36) politinės reklamos apibrėžtis neturėtų turėti įtakos nacionalinėms politinės partijos, politinių tikslų ar politinės kampanijos apibrėžtims ir neturėtų pakeisti nacionalinio lygmens kampanijos taisyklių arba daryti joms poveikį;

(37) politinio subjekto apibrėžtis neturėtų daryti poveikio nacionalinėms taisyklėms dėl to, kas gali vykdyti politinę kampaniją, ir neturėtų įpareigoti valstybių narių nustatyti tokias taisykles;

(38) siekiant aprėpti platų atitinkamų paslaugų teikėjų, susijusių su politinės reklamos paslaugomis, spektrą, turėtų būti laikoma, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai yra paslaugų teikėjai, dalyvaujantys rengiant, rodant, skleidžiant, publikuojant, pateikiant ar platinant politinės reklamos skelbimus. Pavyzdžiui, politinės reklamos paslaugų teikėjai gali veikti užsakovų vardu, jų vardu inicijuodami politinės reklamos paslaugas;

(39) politinės reklamos paslaugų teikėjų apibrėžtis neturėtų apimti paslaugų teikėjų, kurie teikia tik papildomas su politinės reklamos paslaugomis susijusias paslaugas. Papildomos paslaugos – tai paslaugos, kurios teikiamos greta politinės reklamos ir ją papildo, tačiau kurios nedaro tiesioginės įtakos jos turiniui ar pateikimui ir nesudaro sąlygų tiesiogiai kontroliuoti jos rengimą, rodymą, sklaidą, publikavimą, pateikimą ar platinimą. Tokios paslaugos galėtų apimti vežimą, finansavimą ir investicijas, pirkimą, pardavimą, maitinimą, rinkodarą, kompiuterines, valymo, priežiūros, pašto, spausdinimo, grafikos, garso ar fotografinio dizaino paslaugas;

(40) užsakovas turėtų būti apibrėžtas kaip asmuo arba subjektas, kurio vardu rengiamas, rodomas, skleidžiamas, publikuojamas, pateikiamas ar platinamas politinės reklamos skelbimas, pavyzdžiui, individualus rinkimų kandidatas ar politinė partija, ir kuris paprastai yra asmuo arba subjektas, kuris moka atlygį už politinės reklamos paslaugas;

(41) politinės reklamos skelbėjai turėtų būti apibrėžti kaip politinės reklamos paslaugų teikėjai, paprastai esantys paslaugų teikėjų grandinės gale, kurie publikuoja, pateikia ar platina politinę reklamą ją transliuodami, suteikdami prieigą prie jos per sąsają ar kitokiu būdu visuomenei suteikdami prieigą prie jos;

(42) politinės reklamos paslaugų teikėjams tenkanti atsakomybė padeda pasiekti šio reglamento tikslų. Tam tikri politinės reklamos paslaugų teikėjai transliuoja politinę reklamą, suteikia prieigą prie jos per sąsają ar kitokiu būdu ją pateikia visuomenei ir dėl šio vaidmens yra pajėgūs užtikrinti, kad tai būtų daroma laikantis šio reglamento ir užtikrinant aukštą skaidrumo standartą. Todėl tiems paslaugų teikėjams, kaip politinės reklamos skelbėjams, turėtų tekti konkrečios pareigos ir būtina, kad jie būtų identifikuoti kaip tokie;

(43) užsakovas turėtų teisingai deklaruoti, ar atitinkama reklama yra politinė reklama, kaip apibrėžta šiame reglamente, ir ar tris mėnesius iki Sąjungos lygmeniu arba nacionaliniu, regioniniu ar vietos lygmeniu valstybėje narėje organizuojamų rinkimų ar referendumo jis gali pagal šį reglamentą veikti kaip užsakovas. Už šių deklaracijų tikslumą turėtų atsakyti užsakovas. Be to, nustačius, kad reklama yra politinio pobūdžio, tolesnis jos platinimas vis tiek turėtų atitikti skaidrumo ir susijusius išsamaus patikrinimo reikalavimus;

(44) atsižvelgiant į tai, kad svarbu užtikrinti visų pirma skaidrumo taisyklių ir susijusių išsamaus patikrinimo reikalavimų veiksmingumą, sutartimi įformintais susitarimais dėl politinės reklamos paslaugų teikimo turėtų būti užtikrinta, kad informacija, būtina tam, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai galėtų laikytis šio reglamento, būtų perduodama sąžiningai, išsamiai bei tiksliai ir nepagrįstai nedelsiant. Tuo atveju, kai deklaracija arba informacija yra neišsami, pasenusi ar klaidinga, šiame reglamente turėtų būti numatyta, kad tokia deklaracija ar informacija turi būti papildyta, atnaujinta arba ištaisyta. Tai neturėtų reikšti politinės reklamos paslaugų teikėjo bendros pareigos stebėti deklaracijų dėl reklamos skelbimų politinio pobūdžio teisingumą arba atlikti perteklinius ar brangius faktų nustatymo veiksmus. Siekiant veiksmingai įgyvendinti reikalavimą papildyti, atnaujinti arba ištaisyti tokią deklaraciją ar informaciją, politinės reklamos paslaugų teikėjai turėtų pritaikyti savo elektronines sąsajas, kad būtų sudarytos palankesnės sąlygos vykdyti tokias pareigas;

(45) reklamos paslaugų teikėjai turėtų laikyti, kad deklaracija arba informacija yra akivaizdžiai klaidinga, jei tai aišku iš reklamos skelbimo turinio, užsakovo tapatybės arba aplinkybių, kuriomis teikiama atitinkama paslauga, be tolesnių patikrinimų arba faktų nustatymo veiksmų;

(46) politinės reklamos skelbėjai, kurie taip pat yra labai didelės interneto platformos ir labai didelės interneto paieškos sistemos, kaip tai suprantama Reglamente (ES) 2022/2065, turėtų kruopščiai nustatyti, analizuoti ir įvertinti visą savo teikiamų politinės reklamos paslaugų keliamą sisteminę riziką atlikdami rizikos vertinimus pagal to reglamento 34 straipsnį ir pagal to reglamento 35 straipsnį įdiegti pagrįstas, proporcingas bei efektyvias rizikos mažinimo priemones šios rizikos problemai spręsti;

(47) šiame reglamente nustatytos skaidrumo taisyklės ir susiję išsamaus tikrinimo reikalavimai turėtų būti taikomi tik politinės reklamos paslaugoms, t. y. politinei reklamai, kuri paprastai teikiama už atlygį (tai taip pat gali būti nepiniginė nauda). Tos taisyklės neturėtų būti taikomos internetinio tarpininkavimo paslaugos (pavyzdžiui, teikiamos per interneto platformą) naudotojo įkeltam turiniui, kuris platinamas naudojantis šia internetinio tarpininkavimo paslauga, nemokamai teikiama už konkretaus pranešimo rodymą, publikavimą, pateikimą ar platinimą, nebent už politinės reklamos skelbimą naudotojui atlygino trečioji šalis;

(48) skaidrumo taisyklės ir susiję išsamaus tikrinimo reikalavimai taip pat neturėtų būti taikomi dalijimuisi informacija naudojantis elektroninių ryšių paslaugomis, pavyzdžiui, elektroninių pranešimų paslaugomis arba telefono skambučiais, jei tai nėra politinės reklamos paslauga;

(49) Pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnyje saugoma saviraiškos ir informacijos laisvė apima asmens teisę turėti politines pažiūras, gauti ir skleisti politinę informaciją ir dalytis politinėmis idėjomis. Bet koks šios laisvės apribojimas turi atitikti Pagrindinių teisių chartijos 52 straipsnį. Tos laisvės pakeitimai ir apribojimai gali būti taikomi, jei jie yra būtini ir pagrįsti teisėtu viešuoju interesu ir atitinka bendruosius Sąjungos teisės principus (pavyzdžiui, proporcingumo ir teisinio tikrumo). Taip yra, be kita ko, tuo atveju, kai politinės idėjos perduodamos per reklamos paslaugų teikėjus. Saviraiškos ir informacijos laisvė yra vienas iš dinamiškos demokratinės diskusijos pagrindų;

(50) šiuo reglamentu neturėtų būti reikalaujama, kad valstybės narės imtųsi priemonių, pažeidžiančių pagrindinius principus, susijusius su saviraiškos ir informacijos laisve, ypač spaudos laisve ir saviraiškos laisve kitose žiniasklaidos priemonėse, nes jie kyla iš konstitucinių tradicijų ar taisyklių, reglamentuojančių spaudos ar kitų žiniasklaidos priemonių teises ir pareigas bei procedūrines garantijas, jei šios taisyklės yra susijusios su atsakomybės nustatymu ar apribojimu;

(51) interneto tarpininkų atveju Reglamentas (ES) 2022/2065 taikomas politinės reklamos skelbimams, kuriuos publikuoja arba skleidžia interneto tarpininkai pagal horizontaliąsias taisykles, taikomas visų rūšių reklamai internete, įskaitant komercinės ir politinės reklamos skelbimus. Remiantis šiame reglamente nustatyta politinės reklamos apibrėžtimi, tikslinga papildomai patikslinti skaidrumo reikalavimus, nustatytus reklamos skelbėjams, kuriems taikomas Reglamentas (ES) 2022/2065, o konkrečiai – labai didelėms interneto platformoms. Tai visų pirma taikoma informacijai, susijusiai su politinės reklamos skelbimų finansavimu. Šiame reglamente nustatyti reikalavimai neturėtų daryti poveikio Reglamentui (ES) 2022/2065;

(52) rengiant, rodant, skleidžiant, publikuojant, pateikiant ir platinant politinės reklamos skelbimus gali būti naudojama sudėtinga paslaugų teikėjų grandinė. Tai visų pirma pasakytina apie atvejus, kai reklamos turinio parinkimą, atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimų pateikimo kriterijų parinkimą, reklamos skelbimo atrankiajam adresavimui ir pateikimui naudojamų duomenų teikimą, atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimų pateikimo metodų nuostatas, reklamos skelbimo pateikimą ir platinimą gali kontroliuoti skirtingi paslaugų teikėjai.

Be to, užsakovai taip pat gali dalyvauti įvairiais politinės reklamos rengimo, rodymo, sklaidos, publikavimo, pateikimo ir platinimo etapais. Panašiai atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimų pateikimo metodų tikslais duomenų valdytojas galėtų kartu su kitais duomenų valdytojais nustatyti duomenų tvarkymo tikslus ir priemones arba duomenų tvarkymo operaciją duomenų valdytojo vardu galėtų atlikti kitas subjektas. Atsižvelgiant į Europos Sąjungos Teisingumo Teismo praktiką, bendras duomenų valdymas taip pat gali būti nustatytas, kai prieigą prie atitinkamų asmens duomenų turi tik vienas subjektas. Dėl skirtingo jų indėlio, t. y. atrankiojo adresavimo

parametrų apibrėžties, duomenų kategorijų nustatymo ir tvarkymo rodant reklamos skelbimus, paslaugų teikėjai ir užsakovai reguliariai kartu spręstų dėl asmens duomenų tvarkymo politinės reklamos tikslais būdų ir tikslų, todėl galėtų būti laikomi bendrais duomenų valdytojais pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2016/679 ([7]) 26 straipsnį ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) 2018/1725 28 straipsnį. ([8]) Todėl būtina numatyti aiškų atsakomybės paskirstymą įvairiems subjektams pagal šį reglamentą.

(53) kai dėl dirbtinės komercinės ar sutartinės konstrukcijos kyla pavojus, kad nebus veiksmingai vykdomos šiame reglamente nustatytos skaidrumo užtikrinimo pareigos, tos pareigos turėtų būti taikomos subjektui ar subjektams, kurie teikia pačią reklamos paslaugą;

(54) nors ir numatomi konkretūs reikalavimai, neturėtų būti laikoma, kad šiame reglamente nustatytomis pareigomis būtų nustatyta bendra pareiga tarpininkavimo paslaugų teikėjams stebėti politinį turinį, kuriuo dalijasi fiziniai ar juridiniai asmenys, taip pat neturėtų būti laikoma, kad tomis pareigomis tarpininkavimo paslaugų teikėjams nustatoma bendra pareiga imtis aktyvių priemonių, susijusių su tų paslaugų teikėjų perduodamu ar saugomu neteisėtu turiniu;

(55) siekiant padėti laikytis šio reglamento reikalavimų, visų pirma reikalavimų dėl atrankiojo adresavimo metodų ir reklamos skelbimo pateikimo metodų naudojimo internetinės politinės reklamos kontekste, tarpininkavimo paslaugų teikėjai raginami palengvinti politinės reklamos, kurią naudotojai įkėlė arba platina tiesiogiai naudodamiesi jų internetine tarpininkavimo paslauga, identifikavimą. Pavyzdžiui, tarpininkavimo paslaugų teikėjai galėtų suteikti naudotojams veiksmingus mechanizmus, kuriais būtų nurodoma, kad reklama yra politinė;

(56) politinės reklamos skaidrumas turėtų padėti asmenims suprasti, kad jie susiduria su politinės reklamos skelbimu. Politinės reklamos skelbėjai turėtų užtikrinti, kad kartu su kiekvienu politinės reklamos skelbimu būtų pateiktas aiškus pareiškimas, kad tai yra politinės reklamos skelbimas, taip pat kita informacija, pavyzdžiui, apie užsakovo tapatybę, politinę kampaniją, kurios dalį jis sudaro, ir ar jam buvo taikomi atrankiojo adresavimo metodai ir reklamos skelbimo pateikimo metodai. Kai tinkama, su užsakovo pavadinimu gali būti pateiktas politinis logotipas. Politinės reklamos skelbėjai turėtų užtikrinti, kad politinės reklamos skelbimai būtų teisingai paženklinti, ir turėtų naudoti veiksmingą ženklinimą, kuriame būtų nurodyta konkreti informacija, įskaitant aiškią nuorodą, kur rasti skaidrumo pranešimą. Komisijai turėtų būti suteikti įgyvendinimo įgaliojimai priimti įgyvendinimo aktus, kuriais nustatomas ženklinimo formatas ir šablonas ir užtikrinama, kad jie būtų pritaikyti prie naudojamos terpės, atsižvelgiant į naujausius technologijų ir rinkos pokyčius, atitinkamus mokslinius tyrimus ir geriausią praktiką;

(57) siekiant užtikrinti atskaitomybę politiniame procese, skaidrumo pranešime pateiktinoje informacijoje taip pat turėtų būti nurodyta užsakovo ir, kai taikytina, užsakovą galiausiai kontroliuojančio subjekto tapatybė. Turėtų būti aiškiai nurodyta užsakovo įsisteigimo vieta ir tai, ar užsakovas yra fizinis ar juridinis asmuo. Skaidrumo pranešime neturėtų būti pateikiami politinėje reklamoje dalyvaujančių asmenų, nesusijusių su užsakovu ar kitais dalyvaujančiais politiniais subjektais, asmens duomenys. Skaidrumo pranešime taip pat turėtų būti pateikta informacija apie platinimo laikotarpį, susijusius rinkimus, sumas, išmokėtas už kitą naudą, gautą iš dalies ar visiškai atsilyginant už konkretų reklamos skelbimą, ir sumas, išmokėtas už visą politinės reklamos kampaniją, taip pat informacija apie tokios kitos naudos ir visos reklamos kampanijos vertę ir informacija apie panaudotų lėšų šaltinį ir kita informacija siekiant užtikrinti, kad politinės reklamos skelbimas būtų platinamas sąžiningai. Informacija apie naudojamų lėšų šaltinį yra susijusi, pavyzdžiui, su tuo, ar lėšos yra iš viešųjų ar privačių šaltinių ir ar jos gautos Sąjungoje ar už jos ribų. Informacijoje apie susijusius rinkimus ar referendumus, kai įmanoma, turėtų būti pateikta nuoroda į oficialių šaltinių informaciją apie dalyvavimo tokiuose rinkimuose ar referendumuose arba tokio

([7]) 2016 m. balandžio 27 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2016/679 dėl fizinių asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo ir kuriuo panaikinama Direktyva 95/46/EB (Bendrasis duomenų apsaugos reglamentas) (OL L 119, 2016 5 4, p. 1).

([8]) 2018 m. spalio 23 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2018/1725 dėl fizinių asmenų apsaugos Sąjungos institucijoms, organams, tarnyboms ir agentūroms tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo, kuriuo panaikinamas Reglamentas (EB) Nr. 45/2001 ir Sprendimas Nr. 1247/2002/EB (OL L 295, 2018 11 21, p. 39).

dalyvavimo skatinimo organizavimą ir sąlygas. Kai politinės reklamos skelbimas pakartotinai paskelbiamas po to, kai jis buvo sustabdytas arba nutrauktas dėl šio reglamento pažeidimo, skaidrumo pranešimuose tai turėtų būti nurodyta siekiant užtikrinti, kad asmenys būtų tinkamai informuoti. Skaidrumo pranešimas turėtų būti prieinamas iš karto, kai tik paskelbiamas ar išplatinamas reklamos skelbimas, o jame pateikiama informacija turėtų būti nuolat atnaujinama. Be to, skaidrumo pranešime taip pat turėtų būti pateikta informacija apie tai, kaip politinės reklamos skelbimus žymėti pagal šiame reglamente nustatytus mechanizmus. Tas reikalavimas neturėtų daryti poveikio Reglamento (ES) 2022/2065 nuostatoms dėl pranešimo;

(58) siekiant užtikrinti didesnį politinės reklamos skaidrumą, būtina rinkti ir atitinkamame skaidrumo pranešime pateikti informaciją apie politinės reklamos aprėptį ir asmenų domėjimąsi ja. Pranešimo aprėptis susijusi su duomenimis, leidžiančiais kiekybiškai įvertinti geografinį pasiskirstymą ir asmenų, žiūrėjusių, gavusių ar kitaip naudojusių politinę reklamą, skaičių, įskaitant žiūrėjimų, parodymų ir spustelėjimų skaičių. Domėjimasis pranešimu yra susijęs su duomenimis, kuriais remiantis galima kiekybiškai įvertinti asmenų sąveiką su internetine politine reklama, vertinama įvairiomis priemonėmis, įskaitant sąveikos su politinės reklamos skelbimu laikotarpį. Atitinkamuose politinės reklamos skelbimų ženklinimo ir skaidrumo pranešimų rengimo standartuose turėtų būti atsižvelgiama į aprėpties ir domėjimosi kiekybinį įvertinimą;

(59) informacijos pateikimas skaidrumo pranešime gali skirtis priklausomai nuo naudojamų priemonių. Kad skaidrumo pranešime pateiktą informaciją būtų galima lengvai rasti neinternetinėje reklamoje, galėtų būti naudojamas, pavyzdžiui, specialus tinklalapio saitas, greitojo atsako kodas (arba QR kodas) arba lygiavertės vartotojui patogios techninės priemonės. Reikalavimas, kad informacija apie skaidrumo pranešimą, *inter alia*, būtų aiškiai matoma, turėtų reikšti, kad jis turi būti aiškiai matomas skelbime arba kartu su juo. Reikalavimas, kad skaidrumo pranešime skelbiama informacija būtų lengvai prieinama, kompiuterio skaitoma (kai tai techniškai įmanoma) ir patogi naudoti, turėtų reikšti, kad joje turi būti atsižvelgta į neįgaliųjų poreikius, laikantis taikytinų prieinamumo reikalavimų, įskaitant (kai tai techniškai įmanoma) informacijos pateikimą keliomis juslėmis atpažįstamu būdu. Kad būtų galima atsižvelgti į naujausius technologijų ir rinkos pokyčius, atitinkamus mokslinius tyrimus ir geriausią praktiką ir užtikrinti, kad skaidrumo pranešimai būtų pritaikyti prie naudojamos priemonės, Komisijai turėtų būti suteikti įgyvendinimo įgaliojimai priimti įgyvendinimo aktus, kuriais nustatomas jų formatas ir pateikiamos techninės specifikacijos;

(60) būtina, kad tais atvejais, kai politinė reklama pateikiama elektroniniu būdu, be kita ko, pasinaudojant internetine priemone, pridedamas skaidrumo pranešimas taip pat turėtų būti prieinamas elektroniniu būdu kompiuterio skaitomu formatu. Politinė reklama, kuri pateikiama neinternetinėje priemonėje, pavyzdžiui, spausdintuose lankstinukuose arba spausdintiniuose laikraščiuose, gali būti pateikiama kartu su skaidrumo pranešimais, kurie taip pat skelbiami tik neinternetinėje priemonėje ir įtraukiami į tą patį spausdintą lankstinuką ar laikraštį. Tačiau tais atvejais, kai politinė reklama pateikiama pasinaudojant neinternetine priemone, o skaidrumo pranešimas pateikiamas elektroniniu būdu, skaidrumo pranešimas taip pat turėtų būti kompiuterio skaitomu formatu;

(61) informacija turėtų būti laikoma kompiuterio skaitoma, jei ji pateikiama tokiu formatu, kurį programinė įranga be žmogaus įsikišimo gali apdoroti automatiškai, visų pirma siekiant iš jos nustatyti, atpažinti ir išgauti konkrečius duomenis;

(62) skaidrumo pranešimai turėtų būti skirti naudotojų informuotumui didinti ir padėti aiškiai nustatyti, kad tam tikras skelbimas yra politinės reklamos skelbimas. Tokie pranešimai turėtų būti parengti taip, kad nebūtų pašalinti arba išliktų prieinami, jei politinė reklama būtų toliau platinama, pvz., ją skelbiant kitoje platformoje arba persiunčiant kitiems asmenims. Į skaidrumo pranešimą įtraukta informacija turėtų būti publikuojama pradėjus publikuoti politinės reklamos skelbimus ir likti ten iki jų publikavimo pabaigos. Politinės reklamos skelbėjai savo skaidrumo pranešimus kartu su visais pakeitimais turėtų saugoti ir paprašius pateikti septynerius metus po paskutinio paskelbimo;

(63) kadangi politinės reklamos skelbėjai politinės reklamos skelbimus pateikia visuomenei, jie turėtų į skaidrumo pranešimą įtrauktą informaciją publikuoti arba išplatinti kartu su publikuojamu ar platinamu politinės reklamos skelbimu. Kai politinės reklamos skelbėjas kuriuo nors būdu sužino, kad politinės reklamos skelbimas neatitinka šiame reglamente nustatytų skaidrumo reikalavimų, pavyzdžiui, gavęs individualų pranešimą, jis turėtų dėti visas pastangas, kad papildytų ar ištaisytų šiame reglamente reikalaujamą informaciją. Kai informacija negali būti papildyta ar ištaisyta be reikalo nedelsiant, politinės reklamos skelbėjai neturėtų pateikti politinės reklamos skelbimų, kurie neatitinka skaidrumo reikalavimų pagal šį reglamentą, arba turėtų nutraukti jų publikavimą ar sklaidą visuomenei. Tokiu atveju politinės reklamos skelbėjai turėtų informuoti atitinkamus politinės reklamos paslaugų teikėjus ir, kai aktualu, užsakovą apie pagrįstus veiksmus, kurių ėmėsi, kad įvykdytų reikalavimus pagal šį reglamentą. Skelbėjas turėtų informuoti užsakovą arba užsakovo vardu veikiantį paslaugų teikėją apie visus šiuo klausimu priimtus sprendimus;

(64) siekiant užtikrinti, kad informacija apie politinę reklamą internete, kaip reikalaujama pagal šį reglamentą, būtų skelbiama ir visiems suinteresuotiesiems asmenims būtų suteikta veiksminga prieiga prie jos, būtina, kad Komisija tiesiogiai arba pavesdama šią atsakomybę valdymo institucijai sukurtų ir užtikrintų visų internetinių politinės reklamos skelbimų viešosios saugyklos – Europos internetinės politinės reklamos saugyklos – valdymą. Bet koks pavedimas valdymo institucijai turėtų būti atitinkamai reguliuojamas. Siekiant remti asmenų prieigą prie informacijos, be kita ko, palengvinti suinteresuotųjų subjektų, pavyzdžiui, tyrėjų, kurie atlieka konkretų vaidmenį, darbą, ir remti laisvus ir sąžiningus rinkimus ar referendumus bei sąžiningas rinkimų kampanijas, be kita ko, tikrinant politinės reklamos užsakovus ir analizuojant politinės reklamos skelbimų aplinką, toje saugykloje turėtų būti funkcija, suteikianti prieigą prie internetinės politinės reklamos kartu su pagal šį reglamentą reikalaujama informacija nustatytą laikotarpį per vieną portalą. Siekiant remti politinės reklamos skelbėjus, kurie nėra labai didelės interneto platformos arba labai didelės interneto paieškos sistemos, kaip tai suprantama Reglamente (ES) 2022/2065, toje saugykloje turėtų būti prieglobos paslauga, kuria užtikrinama, kad internetinė politinė reklama ir kartu su ja skelbiama informacija būtų nemokamai prieinama. Tie politinės reklamos skelbėjai turėtų pateikti būtiną informaciją per nustatytą laikotarpį. Politinės reklamos skelbėjai ir užsakovai turėtų likti atsakingi už politinės reklamos skelbimus ir kitą informaciją, teikiamą per Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugyklą, be kita ko, už jų išsamumą ir tikslumą ir už tai, kad jie būtų nuolat atnaujinami.

Siekiant užtikrinti veiksmingą Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugyklos veikimą, Komisijai turėtų būti suteikti įgyvendinimo įgaliojimai priimti įgyvendinimo aktus, kuriais nustatoma išsami tos saugyklos veikimo tvarka. Tie įgyvendinimo aktai turėtų būti susiję, *inter alia*, su bendra duomenų struktūra ir taikomųjų programų sąsaja, kad būtų galima perduoti būtiną informaciją ir ją išgauti iš saugyklos, metaduomenimis, kad interneto paieškos sistemose būtų lengviau indeksuoti politinės reklamos skelbimus ir juos įtraukti į saugyklą, bei standartizuotais tapatumo nustatymo sprendimais, kad skaidrumo informaciją būtų galima susieti su politinės reklamos skelbimais ir patvirtinti informacijos versijų autentiškumą;

(65) vykdydami savo pareigas pagal šį reglamentą, politinės reklamos paslaugų teikėjai turėtų deramai atsižvelgdami į pagrindines teises ir kitas teises bei teisėtus interesus. Politinės reklamos paslaugų teikėjai turėtų, visų pirma, deramai atsižvelgti į saviraiškos ir informacijos laisvę, įskaitant žiniasklaidos laisvę ir pliuralizmą;

(66) be to, politinės reklamos skelbėjai, kurie yra labai didelės interneto platformos arba labai didelės interneto paieškos sistemos, kaip tai suprantama Reglamente (ES) 2022/2065, turėtų užtikrinti, kad kiekvieno politinės reklamos skelbimo atveju skaidrumo pranešime pateikta informacija būtų prieinama to reglamento 39 straipsnyje nurodytose reklamos skelbimų saugyklose ir prieinama per Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugyklą. Tokia informacija turėtų būti pateikiama nuo publikavimo momento ir nuolat atnaujinama bei teikiama pagal sutartą pramonės standartą dėl prieinamumo, duomenų struktūros ir prieigos, naudojant bendrą viešai prieinamą taikomųjų programų sąsają;

(67) kai politinės reklamos paslaugų teikėjas, kuris teikia prieglobą ar kitaip saugo ir teikia politinės reklamos turinį, ir politinės reklamos paslaugos teikėjas, kontroliuojantis interneto svetainę ar kitą sąsają, kurioje galiausiai pateikiamas politinės reklamos skelbimas, yra skirtingi subjektai, jie kartu turėtų būti laikomi politinės reklamos skelbėjais, atitinkamai atsakingais už konkrečią jų teikiamą paslaugą, siekiant užtikrinti, kad būtų užtikrinamas ženklinimas ir kad būtų galima susipažinti su skaidrumo pranešimu ir atitinkama informacija. Jų sutartimi įforminti susitarimai turėtų sudaryti sąlygas užtikrinti atitiktį šiam reglamentui;

(68) informacija apie kitos naudos, gautos iš dalies arba visiškai atsilyginant už politinės reklamos paslaugas, sumas ir apie tokios kitos naudos vertę gali būti naudinga per politines diskusijas. Būtina užtikrinti, kad atitinkamose politinės reklamos skelbėjų parengtose metinėse ataskaitose būtų pateikta tinkama politinės reklamos veiklos apžvalga. Siekiant paremti priežiūrą ir atskaitomybę, į tokias ataskaitas turėtų būti įtraukta informacija apie išlaidas, susijusias su politinės reklamos atrankiuoju adresavimu ar pateikimu atitinkamu laikotarpiu, susumuotas pagal kampaniją ir apimančias, kai aktualu, kitų subjektų politinės reklamos skelbėjams perduotą informaciją. Siekiant išvengti neproporcingos naštos, ta skaidrumo ataskaitų teikimo pareiga neturėtų būti taikoma labai mažoms, mažosioms ir vidutinėms įmonėms, atitinkančioms Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalių nuostatas;

(69) politinės reklamos paslaugas teikiantys politinės reklamos skelbėjai turėtų įdiegti mechanizmus, kad fiziniai ar juridiniai asmenys galėtų jiems pranešti apie tai, kad tam tikras jų publikuotas politinės reklamos skelbimas neatitinka šio reglamento. Šiuo atžvilgiu labai svarbus vaidmuo tenka pilietinės visuomenės organizacijoms, žmogaus teisių ir stebėtojų organizacijoms, žurnalistams ir kitiems suinteresuotiesiems subjektams. Pranešimo apie tokį reklamos skelbimą mechanizmai turėtų būti lengvai prieinami ir patogūs naudoti, be to, jie turėtų būti pritaikyti politinės reklamos skelbėjo platinamos reklamos formai. Kai tik įmanoma, pasinaudoti tais mechanizmais turėtų būti galima iš paties reklamos skelbimo, pavyzdžiui, politinės reklamos skelbėjo svetainėje. Prireikus politinės reklamos skelbėjai turėtų įdiegti technines priemones būtiniausiems informacinių technologijų saugumo standartams užtikrinti, įskaitant automatinio pranešimo prevencijos priemones. Kai tinkama, politinės reklamos skelbėjai turėtų galėti remtis esamais mechanizmais. Pavyzdžiui, tais atvejais, kai politinės reklamos skelbėjai yra interneto prieglobos paslaugų teikėjai, kaip tai suprantama Reglamente (ES) 2022/2065, politinės reklamos skelbimų, laikomų jų paslaugų gavėjų prašymu, atvejais politinės reklamos skelbėjai turėtų turėti galimybę remtis pranešimo ir veiksmų mechanizmais pagal tą reglamentą, kad praneštų apie tokių skelbimų neatitiktį šiam reglamentui. Jei tokių mechanizmų nėra, asmenys turėtų turėti galimybę pranešti apie tokį politinės reklamos skelbimą tiesiogiai kompetentingoms institucijoms;

(70) siekdama nuosekliai įgyvendinti mechanizmus, kad būtų galima pranešti apie galimai reikalavimų neatitinkančią politinę reklamą, Komisija turėtų parengti gaires, visų pirma skirtas padėti parengti tinkamas mechanizmų technines specifikacijas, pritaikytas audiovizualinei ir spausdintai žiniasklaidai, taip pat reklamai internete ir ne internete;

(71) politinės reklamos skelbėjai turėtų kruopščiai, nešališkai ir objektyviai išnagrinėti ir sutvarkyti pagal šį reglamentą gautus pranešimus, kaip nurodyta šiame reglamente. Politinės reklamos skelbėjas turėtų patvirtinti pranešimo gavimą ir tinkamai informuoti pranešimą pateikusį fizinį ar juridinį asmenį apie tolesnius su pranešimu susijusius veiksmus ir pateikti informaciją apie teisių gynimo galimybes, be kita ko, kai tinkama, numatytas pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą (ES) 2020/1828 ([9]), susijusias su reklamos skelbimu, dėl kurio pateiktas pranešimas. Siekiant užtikrinti, kad atitinkami užsakovai ir politinės reklamos paslaugų teikėjai žinotų apie pranešimų poveikį, politinės reklamos skelbėjas taip pat turėtų informuoti atitinkamus politinės reklamos paslaugų užsakovus arba teikėjus apie visas atitinkamas priemones, kurių jie imasi po pranešimų. Siekiant užtikrinti veiksmingą tų mechanizmų veikimą paskutinį mėnesį iki rinkimų ar referendumo, kurie yra ypač jautrūs, politinės

([9]) 2020 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2020/1828 dėl atstovaujamųjų ieškinių siekiant apsaugoti vartotojų kolektyvinius interesus, kuria panaikinama Direktyva 2009/22/EB (OL L 409, 2020 12 4, p. 1).

reklamos skelbėjai, kurie pagal Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalis nelaikomi labai mažomis, mažosiomis ar vidutinėmis įmonėmis, turėtų per 48 valandas sutvarkyti gautus pranešimus apie reklamą, susijusią su tais rinkimais ar referendumu, su sąlyga, kad pranešimą galima visiškai sutvarkyti remiantis pranešime pateikta informacija.

(72) visi veiksmai, kurių imasi politinės reklamos skelbėjas, turėtų būti griežtai tiksliniai, t. y. jais visų pirma turėtų būti siekiama ištaisyti ar pateikti papildomą reikalaujamą informaciją ir, taikant tik kaip kraštutinę priemonę, pašalinti konkrečias informacijos dalis, neatitinkančias šio reglamento. Šiais veiksmais politinės reklamos skelbėjai turėtų deramai atsižvelgti į saviraiškos ir informacijos laisvę ir kitas pagrindines teises;

(73) siekiant užtikrinti, kad tam tikri subjektai demokratinėse valstybėse galėtų atlikti savo vaidmenį, tikslinga nustatyti informacijos, pateikiamos kartu su politinės reklamos skelbimu arba skaidrumo pranešime, perdavimo suinteresuotiesiems subjektams (pavyzdžiui, patikrintiems tyrėjams, žurnalistams, pilietinės visuomenės organizacijoms ir pripažintiems akredituotiems rinkimų stebėtojams) taisykles, kad jiems būtų lengviau vykdyti savo funkcijas demokratiniame procese. Neturėtų būti reikalaujama, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai atsakytų į neaiškius, perteklinius prašymus ar prašymus, susijusius su informacija, kurios jie neturi. Be to, didelių išlaidų atveju atitinkamam politinės reklamos paslaugų teikėjui turėtų būti leidžiama imti pagrįstą mokestį, atsižvelgiant į administracines informacijos teikimo išlaidas;

(74) atrankiai adresuojant politinius pranešimus grupėms, pavieniams rinkėjams ar fiziniams asmenims vis dažniau naudojami asmens duomenys, renkami iš fizinių asmenų tiesiogiai arba netiesiogiai (pavyzdžiui, kai stebimi ar numanomi duomenys gaunami grupuojant asmenis pagal jų numanomus interesus arba jų veiklą internete ir taikant elgsenos profiliavimą ir kitus analizės metodus), taip siekiant padidinti tų pranešimų poveikį. Tvarkant asmens duomenis, visų pirma specialių kategorijų asmens duomenis pagal reglamentus (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725, gali būti išskirtos įvairios rinkėjų ar asmenų grupės ir išnaudojamos jų ypatybės ar pažeidžiamumas, pavyzdžiui, tam tikru metu ir konkrečiose vietose platinant reklamos skelbimus, suformuluotus taip, kad būtų galima pasinaudoti aplinkybėmis, kai juos galima paveikti tam tikros rūšies informacija ar pranešimais. Toks asmens duomenų tvarkymas daro konkretų žalingą poveikį asmenų pagrindinėms teisėms ir laisvėms, kaip antai teisei, kad su jais būtų elgiamasi sąžiningai ir vienodai, kad jais nebūtų manipuliuojama, laisvei gauti objektyvią informaciją, formuoti savo nuomonę, priimti politinius sprendimus ir naudotis balsavimo teisėmis. Be to, tai neigiamai veikia demokratinį procesą, nes sudaromos sąlygos viešosios diskusijos svarbiais visuomeniniais klausimais fragmentacijai, selektyviam informavimui, ir – galiausiai – manipuliavimui rinkėjais. Dėl to taip pat didėja manipuliavimo informacija plitimo ir užsienio šalių kišimosi rizika. Klaidinanti arba paslėpta politinė reklama rizikinga, nes ji daro įtaką kertiniams mechanizmams, kurie leidžia veikti mūsų demokratinei visuomenei. Palyginti su reglamentais (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725, turėtų būti nustatyti papildomi apribojimai ir sąlygos. Šiame reglamente nustatyti reikalavimai, taikomi atrankiojo adresavimo metodų ir reklamos skelbimo pateikimo metodų taikymo metodų naudojimui, apimančiam asmens duomenų tvarkymą politinės reklamos tikslais, turėtų būti grindžiami SESV 16 straipsniu;

(75) pagal Sąjungos teisę duomenų valdytojai, kaip apibrėžta Reglamento (ES) 2016/679 4 straipsnio 7 punkte, turėtų užtikrinti, kad individualių sprendimų priėmimui nedarytų poveikio tamsieji modeliai, kurie tikslingai arba faktiškai iš esmės iškraipo arba silpnina savarankišką ir informacija pagrįstą asmenų sprendimo priėmimo procesą, įskaitant iš anksto pažymėtų langelių ir kitų šališkų ir neskaidrių metodų, kurie stimuliuoja ar skatina asmenis priimti konkrečius sprendimus, kurių jie kitu atveju nebūtų priėmę, naudojimą. Sistemingas tamsiųjų modelių naudojimas, neaiškūs sutikimo gavimo būdai, klaidinanti informacija ir tai, kad nesuteikiama pakankamai laiko nuostatoms ir sąlygoms perskaityti, yra įprasta praktika, dėl kurios asmenims sunku užsitikrinti aiškią informaciją ir kontrolę internetinės reklamos sektoriaus kontekste. Taisyklės, kuriomis užkertamas kelias tamsiesiems modeliams, neturėtų būti suprantamos kaip draudžiančios duomenų valdytojams tiesiogiai bendrauti su asmenimis. Vis dėlto duomenų valdytojai turėtų pakartotinai neprašyti, kad paslaugos naudotojas pasirinktų, kai jis jau būna pasirinkęs, nepadaryti

sutikimo atšaukimo procedūros gerokai sudėtingesnės nei sutikimo davimo procedūra, nesudaryti situacijų, kai pasirinkti vienu atveju sunkiau ar užtrunka ilgiau negu kitu, ar nenaudoti standartinių nustatymų, kuriuos labai sunku pakeisti, tokiu būdu nepagrįstai nukreipiant asmenų sprendimų priėmimą, kad būtų iškraipomas ir mažinamas jų savarankiškumas, sprendimų priėmimas bei pasirinkimas. Asmenų sprendimų gavimo mechanizmas turėtų būti aiškus ir lengvas naudoti, o santykinis alternatyvų sureikšminimas neturėtų daryti įtakos asmens sprendimui. Šiuo atžvilgiu asmenims teikiama informacija turėtų būti glausta, parengta aiškia ir suprantama kalba ir lengvai, aiškiai ir tiesiogiai prieinama;

(76) politinės reklamos skelbėjai, kurie yra reklamos skelbimo pateikimo metodų teikėjai arba naudotojai, turėtų būti skatinami teikti sprendimus, kuriais būtų kuo labiau sumažinta diskriminacijos galimybė pateikiant politinės reklamos skelbimą, grindžiamą asmens duomenų tvarkymu;

(77) su internetine politine reklama susiję atrankiojo adresavimo metodai ir reklamos skelbimo pateikimo metodai, apimantys profiliavimą naudojant specialių kategorijų asmens duomenis, kaip nurodyta reglamentuose (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725, turėtų būti draudžiami. Neturėtų būti įmanoma remtis Reglamento (ES) 2016/679 9 straipsnio 2 dalyje ir Reglamento (ES) 2018/1725 10 straipsnio 2 dalyje nustatytomis išimtimis siekiant naudoti tuos metodus internetinės politinės reklamos tikslais. Naudoti atrankiojo adresavimo metodus ir reklamos skelbimo pateikimo metodus, apimančius asmens duomenų, kurie nėra specialių kategorijų asmens duomenys, tvarkymą internetinės politinės reklamos kontekste turėtų būti leidžiama tik tuo atveju, kai remiamasi asmens duomenimis, kurie buvo surinkti iš duomenų subjektų, gavus jų aiškų sutikimą, duotą atskirai politinės reklamos tikslais. Pripažįstant politinių partijų, fondų, asociacijų ar kitų ne pelno organizacijų vaidmenį mūsų demokratijoje, tokie apribojimai neturėtų daryti poveikio jų gebėjimui bendrauti su savo nariais ir buvusiais nariais ir skleisti su jų politine veikla susijusią informaciją, pavyzdžiui, naujienlaiškius, kai remiamasi tik prenumeratos duomenimis ir narių bei buvusių narių pateiktais asmens duomenimis. Tvarkant asmens duomenis taikomi reglamentai (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725, o aiškus sutikimas turėtų būti laikomas sutikimu, kaip tai suprantama tuose reglamentuose. Atrankiojo adresavimo metodai ir reklamos skelbimo pateikimo metodai, kai jie naudojami šiame reglamente nustatytomis sąlygomis, gali būti naudingi platinant politinę reklamą ir informaciją bei užmezgant ryšį su piliečiais ir juos informuojant;

(78) duomenų valdytojai neturėtų naudoti iš trečiųjų šalių gautų asmens duomenų su politine reklama susijusio atrankiojo adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo tikslais. Siekiant padėti užkirsti kelią manipuliaciniam mikroorientavimui, labai svarbu, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai imtųsi konkrečių priemonių siekdami užtikrinti, kad asmens duomenys, renkami ir tvarkomi su politine reklama susijusio atrankiojo adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo tikslais, neviršytų to, kas būtina siekiant to tikslo, pavyzdžiui, paslaugų gavėjams siūlant tik tokias su politine reklama susijusio atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimo pateikimo galimybes, kurių atveju reikalingas ne daugiau kaip penkių kategorijų derinys;

(79) reikalavimas, kad su politine reklama susijęs atrankinis adresavimas arba reklamos skelbimo pateikimas nebūtų grindžiamas profiliavimu naudojant specialių kategorijų asmens duomenis, apima profiliavimą naudojant specialių kategorijų asmens duomenis, gautus vertinant asmens duomenis, kurie patys nėra specialių kategorijų asmens duomenys. Taip galėtų būti, pavyzdžiui, tuo atveju, kai duomenų valdytojas naudoja asmens duomenis, kurie nėra specialių kategorijų asmens duomenys, siekdamas duomenų subjektus priskirti tam tikroms religinių, filosofinių ar politinių įsitikinimų kategorijoms, nepriklausomai nuo to, ar toks skirstymas į kategorijas yra teisingas. Jei tvarkant asmens duomenis atskleidžiami specialios kategorijos asmens duomenys, neturėtų būti svarbu, kaip ši kategorija ženklinama. Kai internetinio socialinio tinklo naudotojas lankosi konkrečiame puslapyje arba naudojasi programėle ar kita internetine funkcija ar paslauga, su kuria susijusi viena ar daugiau Reglamento (ES) 2016/679 9 straipsnio 1 dalyje nurodytų kategorijų, ir atitinkamais atvejais pateikia asmens duomenis registruodamasis, pateikdamas

užsakymą internetu ar kitaip sąveikaudamas socialiniame tinkle, to internetinio socialinio tinklo operatoriaus atliekamas asmens duomenų tvarkymas turėtų būti laikomas specialių kategorijų asmens duomenų tvarkymu, kaip tai suprantama pagal tą straipsnį, o tai iš esmės draudžiama, kai toks duomenų tvarkymas leidžia atskleisti vienai iš šių kategorijų priskiriamą informaciją, neatsižvelgiant į tai, ar ta informacija susijusi su to socialinio tinklo naudotoju, ar su kuriuo nors kitu fiziniu asmeniu. Taip yra neatsižvelgiant į tai, ar duomenų subjektas buvo informuotas apie ketinimą tokius duomenis naudoti su politine reklama susijusio atrankinio adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo tikslais tuo metu, kai jie buvo surinkti;

(80) sutikimas tvarkyti asmens duomenis duodamas ir atšaukiamas pagal reglamentus (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725. Toks sutikimas turėtų būti duodamas aiškiu patvirtinamuoju veiksmu arba pareiškimu, kuriuo išreiškiamas laisva valia duotas, konkretus, informacija pagrįstas ir vienareikšmis duomenų subjekto sutikimas, kad asmens duomenys būtų tvarkomi politinės reklamos tikslais. Be to, taikant šį reglamentą sutikimas turėtų būti aiškus ir atskirai duotas politinės reklamos tikslais. Taikant šį reglamentą, be kita ko, tais atvejais, kai sutikimas, kad asmens duomenys būtų tvarkomi siekiant vykdyti su politine reklama susijusį atrankinį adresavimą arba pateikti reklamos skelbimą, gaunamas teikiant internetines paslaugas, duomenų valdytojai turėtų gauti sutikimą, sudarydami duomenų subjektui sąlygas naudotojui patogiu būdu, akivaizdžiai, aiškiai ir paprastai pateikti, pakeisti arba atšaukti sutikimą. Duomenų valdytojai neturėtų projektuoti, organizuoti ir naudoti sąsajų taip, kad duomenų subjektai būtų klaidinami, jais būtų manipuliuojama ar būtų kitaip iš esmės iškraipoma ar varžoma jų galimybė laisvai duoti sutikimą tuo konkrečiu tikslu. Taikant šį reglamentą reikalavimo gauti sutikimą dėl asmens duomenų tvarkymo negalima išvengti tvirtinant, kad duomenų subjektas atitinkamus asmens duomenis padarė prieinamus plačiajai visuomenei. Turėtų būti taip pat lengva atšaukti sutikimą, kad asmens duomenys būtų tvarkomi su politine reklama susijusio atrankinio adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo tikslais, kaip ir jį duoti. Atsisakyti duoti arba atšaukti sutikimą duomenų subjektui neturėtų būti sunkiau arba tai neturi užtrukti ilgiau, nei jį duoti. Turėtų būti paisoma elektroninių signalų, rodančių asmens pageidavimą negauti politinės reklamos;

(81) atsižvelgiant į 2023 m. liepos 4 d. Teisingumo Teismo sprendimą byloje C-252/21 ([10]) *Meta Platforms* ir kt. (*Conditions générales d'utilisation d'un réseau social*), duomenų subjektai turėtų turėti galimybę politinės reklamos kontekste atsisakyti duoti sutikimą dėl konkrečių duomenų tvarkymo operacijų, neprivalėdami visiškai atsisakyti prieigos prie internetinės paslaugos. Kaip nusprendė Teisingumo Teismas, tiems naudotojams turėtų būti pasiūlyta lygiavertė alternatyva be tokių duomenų tvarkymo operacijų;

(82) labai jauni žmonės yra ypač pažeidžiama grupė, kurią galima išnaudoti piktnaudžiaujant atrankiojo adresavimo metodais ir reklamos skelbimo pateikimo metodais. Nors tokie asmenys dar neturi teisės balsuoti, jais gali būti specialiai siekiama pasinaudoti, kad būtų galima manipuliuoti diskusija. Todėl politinės reklamos kontekste turėtų būti draudžiami atrankiojo adresavimo ar reklamos skelbimo pateikimo metodai, kuriuos taikant tvarkomi subjekto, kuriam, kaip pakankamai užtikrintai žinoma, trūksta mažiausiai vienų metų iki sueis rinkimų teisės amžius, nustatytas nacionalinėse taisyklėse, asmens duomenys;

(83) siekiant užtikrinti didesnį skaidrumą ir atskaitomybę, duomenų valdytojai, kurie, internetinei politinei reklamai naudodami atrankiojo adresavimo metodus ir reklamos skelbimo pateikimo metodus, tvarko asmens duomenis, turėtų taikyti papildomus skaidrumo reikalavimus. Tokie reikalavimai turėtų apimti, *inter alia*, politikos, kurioje būtų aprašomas tokių metodų ir pagrindinių parametrų naudojimas, priėmimą, jų naudojimo įrašų saugojimą, metinį su tų metodų naudojimu susijusios rizikos pagrindinėms teisėms ir laisvėms vertinimą ir papildomos informacijos, būtinos, kad atitinkamas asmuo galėtų suprasti taikomą logiką, pateikimą kartu nurodant, kad tai yra politinės reklamos skelbimas;

([10]) 2023 m. liepos 4 d. Teisingumo Teismo sprendimas *Meta Platforms* ir kt. (*Conditions générales d'utilisation d'un réseau social*), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

(84) skaidrumo ir atskaitomybės reikalavimai turėtų būti taikomi visiems duomenų valdytojams, nepriklausomai nuo to, ar duomenų valdytojas veikia savarankiškai, kartu su politinės reklamos paslaugų teikėju, ar yra tas pats subjektas kaip politinės reklamos skelbėjas. Tais atvejais, kai duomenų valdytojas ir politinės reklamos skelbėjas yra skirtingi subjektai, duomenų valdytojas turėtų politinės reklamos skelbėjui perduoti informaciją apie vidaus politiką ir užtikrinti, kad politinės reklamos skelbėjui laiku ir tiksliai būtų perduota kita informacija, būtina, kad būtų laikomasi šio reglamento;

(85) politinės reklamos paslaugų teikėjai politinės reklamos skelbėjams turėtų perduoti informaciją, būtiną jų pareigoms pagal šį reglamentą vykdyti. Tokios informacijos teikimas galėtų būti automatizuotas ir integruotas į įprastus veiklos procesus remiantis standartais;

(86) kad fiziniams asmenims būtų suteikta daugiau galių naudotis savo duomenų apsaugos teisėmis, politinės reklamos skelbėjai atitinkamam duomenų subjektui turėtų suteikti papildomą informaciją ir veiksmingų priemonių, kad padėtų jam naudotis savo teisėmis pagal Sąjungos duomenų apsaugos teisinę sistemą, be kita ko, teise ištaisyti savo asmens duomenis arba atšaukti savo sutikimą, kai jis tampa politinės reklamos skelbimo adresatu. Tokia informacija taip pat turėtų būti tiesiogiai ir lengvai prieinama skaidrumo pranešime. Priemonės, kurios fiziniams asmenims suteikiamos, kad jie galėtų naudotis savo teisėmis, turėtų padėti veiksmingai užtikrinti, kad jiems nebūtų adresuojami politinės reklamos skelbimai, taip pat užkirsti kelią atrankiajam adresavimui pagal konkrečius kriterijus ir vieno ar kelių konkrečių duomenų valdytojų vykdomam atrankiajam adresavimui;

(87) informacija, kuri turi būti pateikta pagal visus reikalavimus, taikomus atrankiojo adresavimo metodų ir reklamos skelbimo pateikimo metodų naudojimui pagal šį reglamentą, turėtų būti pateikiama lengvai prieinamu, aiškiai matomu, vartotojui patogiu formatu, be kita ko, paprasta kalba, ir būti prieinama asmenims su negalia;

(88) tikslinga nustatyti informacijos apie atrankųjį adresavimą ir reklamos skelbimo pateikimą perdavimo kitiems suinteresuotiesiems subjektams taisykles. Taikoma tvarka turėtų derėti su informacijos, susijusios su skaidrumo reikalavimais, perdavimo tvarka;

(89) trečiojoje valstybėje įsisteigę ir paslaugas Sąjungoje teikiantys politinės reklamos paslaugų teikėjai turėtų paskirti įgaliotą teisinį atstovą Sąjungoje, kuris būtų užregistruotas kiekvienos valstybės narės paskirtos kompetentingos institucijos, kad jų atžvilgiu būtų galima vykdyti veiksmingą šio reglamento priežiūrą. Teisinis atstovas galėtų būti pagal Reglamento (ES) 2016/679 27 straipsnį paskirtas atstovas arba pagal Reglamento (ES) 2022/2065 13 straipsnį paskirtas teisinis atstovas. Valstybės narės turėtų tvarkyti viešai prieinamą visų jų teritorijoje pagal šį reglamentą registruotų teisinių atstovų registrą, o Komisija turėtų sukurti ir tvarkyti viešai prieinamą portalą, susietą su valstybių narių pateiktomis interneto svetainėmis. Atsižvelgiant į to reikalavimo svarbą veiksmingam šio reglamento vykdymui užtikrinti, kai tai susiję su trečiosiose valstybėse įsisteigusiais politinės reklamos paslaugų teikėjais, taip pat siekiant išlaikyti vienodas sąlygas visiems politinės reklamos paslaugų teikėjams vidaus rinkoje, nesant paskirto teisinio atstovo valstybės narės turėtų imtis visų tinkamų priemonių, kad užtikrintų šio reglamento laikymąsi, be kita ko, nutraukdamos atitinkamų politinės reklamos skelbimų publikavimą ar platinimą, jei atitikties reikalavimams negalima užtikrinti kitaip;

(90) siekiant veiksmingai prižiūrėti, kaip įgyvendinamas šis reglamentas, priežiūros institucijoms būtina suteikti įgaliojimus stebėti atitinkamas taisykles ir užtikrinti jų vykdymą, taip pat užtikrinti, kad šios institucijos turėtų reikiamų išteklių savo užduotims pagal šį reglamentą atlikti. Atsižvelgiant į kiekvienos valstybės narės teisinę sistemą ir laikantis esamos Sąjungos teisės, įskaitant reglamentus (ES) 2016/679 ir (ES) 2022/2065, tuo tikslu gali būti paskirtos įvairios nacionalinės teisminės arba administracinės institucijos;

(91) kalbant apie internetinių tarpininkavimo paslaugų priežiūrą pagal šį reglamentą, valstybės narės turėtų tuo tikslu paskirti kompetentingas institucijas ir užtikrinti, kad tokia priežiūra būtų suderinta su kompetentingų institucijų, paskirtų pagal Reglamento (ES) 2022/2065 49 straipsnį, atliekama priežiūra. Pagal tą reglamentą paskirti skaitmeninių paslaugų koordinatoriai kiekvienoje valstybėje narėje bet kuriuo atveju turėtų būti atsakingi už šių klausimų koordinavimo nacionaliniu lygmeniu užtikrinimą ir prireikus pradėti tarpvalstybinį bendradarbiavimą su kitais skaitmeninių paslaugų koordinatoriais pagal tuo reglamentu nustatytus mechanizmus. Taikant šį reglamentą, tas mechanizmas turėtų būti taikomas tik skaitmeninių paslaugų koordinatorių nacionaliniam bendradarbiavimui ir neturėtų būti pradėtas taikyti ir Sąjungos lygmeniu, kaip numatyta Reglamente (ES) 2022/2065. Tiek, kiek Komisija turi išimtinę kompetenciją prižiūrėti, ar labai didelės interneto platformos ir labai didelės interneto paieškos sistemos, kaip tai suprantama Reglamente (ES) 2022/2065, laikosi tame reglamente nustatytų įpareigojimų, ir užtikrinti, kad jų būtų laikomasi, ji turėtų vertinti, kaip tie subjektai laikosi savo pareigų, susijusių su Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugykla;

(92) šio reglamento aspektų, kurie nepriklauso priežiūros institucijų kompetencijai pagal reglamentus (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725, priežiūrai valstybės narės turėtų paskirti kompetentingas institucijas, kurios prižiūrėtų, kaip laikomasi atitinkamų taisyklių, ir užtikrintų, kad jų būtų laikomasi. Siekiant užtikrinti pagrindines teises ir laisves, teisės viršenybę, demokratijos principus ir stiprinti visuomenės pasitikėjimą politinės reklamos priežiūra, būtina, kad tokios institucijos būtų nešališkos, struktūriškai nepriklausomos nuo išorės įsikišimo ar politinio spaudimo ir būtų tinkamai įgaliotos veiksmingai stebėti ir imtis priemonių, būtinų užtikrinti, kad būtų laikomasi šio reglamento, visų pirma jame nustatytų ženklinimo ir skaidrumo reikalavimų. Nors valstybės narės gali visų pirma paskirti nacionalines reguliavimo institucijas arba įstaigas pagal Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2010/13/ES ([11]) 30 straipsnį, jos taip pat gali paskirti kitas institucijas, pavyzdžiui, rinkimų ar teismines institucijas;

(93) siekdama padėti priežiūros institucijoms vykdyti jų užduotis, Komisija turėtų paprašyti Europos duomenų apsaugos valdybos paskelbti Reglamento (ES) 2016/679 51 straipsnyje nurodytoms priežiūros institucijoms skirtas gaires dėl specialių kategorijų asmens duomenų tvarkymo siekiant vykdyti su politine reklama susijusį atrankinį adresavimą arba pateikti reklamos skelbimus, be kita ko, dėl sąlygų gauti sutikimą su politine reklama susijusio atrankinio adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo tikslais ir dėl tokių institucijų ir kitų institucijų, atsakingų už šiame reglamente nustatytų reikalavimų taikymą ir vykdymo užtikrinimą, bendradarbiavimo;

(94) nepriklausomos priežiūros institucijos pagal Reglamentą (ES) 2016/679 turėtų būti remiamos, kad galėtų visapusiškai naudotis tuo reglamentu joms suteiktais įgaliojimais prižiūrėti pagal šį reglamentą numatytą asmens duomenų apsaugą, be kita ko, taikant bendradarbiavimo procedūrą, nuoseklumo užtikrinimo mechanizmą ir visų pirma skubos procedūrą. Laikotarpis prieš rinkimus ar referendumus yra ypač svarbus vykdant politines kampanijas, darant įtaką piliečių politinių pažiūrų formavimuisi ir jų naudojimuisi savo balsavimo teisėmis. Jis taip pat yra ypač jautrus taikytinų taisyklių pažeidimų atžvilgiu, nes tam, kad taisomieji veiksmai būtų veiksmingi, jų paprastai reikia imtis prieš rinkimų renginį. Todėl šiuo laikotarpiu padaryti taisyklių, taikomų asmens duomenų tvarkymui politinės reklamos atrankiojo adresavimo tikslais, pažeidimai gali turėti ypač didelį neigiamą poveikį piliečių teisėms, įskaitant jų laisvę susidaryti nuomonę išvengiant nepagrįsto kišimosi ir turint informacijos laisvę. Tam, kad organizuojant bet kokius rinkimus būtų imtasi skubių veiksmų asmenų teisėms ir laisvėms kritiniu laikotarpiu prieš balsavimą apsaugoti, duomenų apsaugos institucijos turėtų pasirūpinti savo pajėgumu nedelsiant imtis veiksmų, kuriais būtų užtikrintas atitinkamų duomenų subjektų teisių įgyvendinimas. Tuo tikslu duomenų apsaugos institucijos turėtų naudotis įvairiomis Reglamente (ES) 2016/679 numatytomis priemonėmis, kad bendradarbiautų ir padėtų viena kitai, įskaitant to reglamento 66 straipsnyje nustatytą skubos procedūrą;

([11]) 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2010/13/ES dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų tam tikrų nuostatų, susijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikimu, derinimo (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva) (OL L 95, 2010 4 15, p. 1).

(95) nors už šio reglamento taikymą atsakingos kompetentingos institucijos neturi nukrypti nuo priežiūros institucijų, atsakingų už Reglamento (ES) 2016/679 taikymą pagal to reglamento 51 straipsnį, sprendimų, toms kompetentingoms institucijoms gali tekti įvertinti, ar politinė reklama atitinka tą reglamentą šio reglamento tikslais. Pagal ES sutarties 4 straipsnio 3 dalį tos kompetentingos institucijos ir tos priežiūros institucijos lojaliai bendradarbiauja tarpusavyje ir paiso savo atitinkamų įgaliojimų ir kompetencijos, kad būtų užtikrintas abiejų reglamentų taikymo nuoseklumas;

(96) kai pagal Sąjungos teisę jau yra nustatytos taisyklės dėl informacijos teikimo kompetentingoms institucijoms ir bendradarbiavimo su tomis institucijomis ir tų institucijų tarpusavio bendradarbiavimo (pavyzdžiui, Reglamento (ES) 2022/2065 9 straipsnis arba Reglamente (ES) 2016/679 nustatytos taisyklės), tos taisyklės turėtų būti *mutatis mutandis* taikomos atitinkamoms šio reglamento nuostatoms;

(97) siekiant remti veiksmingą šio reglamento nuostatų taikymą, priežiūrą ir vykdymo užtikrinimą, nedarant poveikio reglamentams (ES) 2016/679, (ES) 2018/1725 ir (ES) 2022/2065, būtina nustatyti, kuri kompetentinga institucija turėtų būti atsakinga, kai politinės reklamos paslaugos teikiamos daugiau nei vienoje valstybėje narėje arba kai politinės reklamos paslaugų teikėjas savo pagrindinę veiklą vykdo ne toje valstybėje narėje, kurioje yra jo pagrindinė buveinė arba paskirtasis teisinis atstovas. Kai paslaugų teikėjas teikia politinės reklamos paslaugas daugiau nei vienoje valstybėje narėje, už veiksmingą šio reglamento nuostatų taikymą, priežiūrą ir vykdymo užtikrinimą paprastai turėtų būti atsakinga valstybės narės, kurioje yra pagrindinė politinės reklamos paslaugų teikėjo buveinė, kompetentinga institucija ar institucijos. Nustatydamos, kur yra politinės reklamos paslaugų teikėjo pagrindinė buveinė, kompetentingos institucijos turėtų atsižvelgti į tai, kur yra paslaugų teikėjo centrinė būstinė arba registruota buveinė, kurioje vykdomos pagrindinės finansinės funkcijos ir veiklos kontrolė;

(98) visų valstybių narių kompetentingos institucijos, naudodamosi priežiūros ir vykdymo užtikrinimo įgaliojimais, turėtų bendradarbiauti ir prireikus viena kitai padėti. Jei įtariamas šio reglamento pažeidimas yra susijęs tik su vienos ar daugiau valstybių narių, kuriose politinės reklamos paslaugų teikėjas neturi pagrindinės buveinės, kompetentinga institucija ar institucijomis, atitinkama kompetentinga institucija ar institucijos turėtų apie tai pranešti valstybės narės, kurioje yra pagrindinė buveinė, kompetentingai institucijai, o ji turėtų atitinkamai nagrinėti šį atvejį ir, kai taikytina, imtis būtinų tyrimo ir vykdymo užtikrinimo priemonių;

(99) siekiant dar labiau palengvinti veiksmingą šio reglamento taikymą ir vykdymo užtikrinimą tarpvalstybinių paslaugų teikimo atveju, kai įtariamo šio reglamento nuostatų pažeidimo tyrimas yra susijęs su politinės reklamos paslaugų teikimu vienoje ar daugiau valstybių narių, kuriose paslaugų teikėjas neturi pagrindinės buveinės, valstybės narės, kurioje yra pagrindinė buveinė, kompetentinga institucija turėtų galėti pradėti bendrą tyrimą, kuriame dalyvautų atitinkama kompetentinga institucija ar institucijos, ir jam vadovauti;

(100) už šio reglamento priežiūrą atsakingos institucijos turėtų bendradarbiauti tarpusavyje Sąjungos ir nacionaliniu lygmenimis, kuo geriau pasinaudodamos esamomis struktūromis, įskaitant atitinkamai nacionalinius bendradarbiavimo tinklus, Europos bendradarbiavimo rinkimų klausimais tinklą, kaip nurodyta 2018 m. rugsėjo 12 d. Komisijos rekomendacijoje dėl rinkimų srities bendradarbiavimo tinklų, skaidrumo internete, apsaugos nuo kibernetinio saugumo incidentų ir kovos su dezinformacijos kampanijomis vykstant Europos Parlamento rinkimams, Europos skaitmeninių paslaugų valdybą, įsteigtą pagal Reglamentą (ES) 2022/2065, ir Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliuotojų grupę, įsteigtą pagal Direktyvą 2010/13/ES. Toks bendradarbiavimas turėtų palengvinti greitą ir saugų keitimąsi informacija klausimais, susijusiais su jų priežiūros ir vykdymo užtikrinimo užduočių atlikimu pagal šį reglamentą, be kita ko, bendrai nustatant pažeidimus, dalijantis išvadomis bei ekspertinėmis žiniomis ir palaikant ryšius dėl atitinkamų taisyklių taikymo ir vykdymo užtikrinimo;

(101) siekiant užtikrinti veiksmingą ir struktūrizuotą visų kompetentingų institucijų bendradarbiavimą visais šio reglamento aspektais, valstybių narių paskirti nacionaliniai kontaktiniai subjektai turėtų periodiškai Sąjungos lygmeniu susitikti nacionalinių kontaktinių subjektų tinklo susitikimuose. Siekiant stiprinti bendradarbiavimą ir keitimąsi informacija bei praktika Sąjungos lygmeniu, tas tinklas turėtų glaudžiai bendradarbiauti su Europos bendradarbiavimo rinkimų klausimais tinklu, Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliuotojų grupe ir kitais atitinkamais tinklais ar įstaigomis;

(102) siekiant sudaryti palankesnes sąlygas veiksmingai taikyti šiame reglamente nustatytas pareigas, būtina įgalioti nacionalines institucijas reikalauti, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai pateiktų atitinkamą informaciją apie politinės reklamos skaidrumą. Kompetentingoms institucijoms perduodama informacija galėtų būti susijusi su reklamos kampanija, taip pat apibendrinta pagal metus arba susijusi su konkrečiais reklamos skelbimais. Siekiant užtikrinti, kad prašymai suteikti tokią informaciją būtų vykdomi veiksmingai bei efektyviai ir kad politinės reklamos paslaugų teikėjams nebūtų užkraunama neproporcinga našta, būtina nustatyti tam tikras sąlygas, taikomas tokiems prašymams. Visų pirma, siekiant užtikrinti savalaikę rinkimų proceso priežiūrą, politinės reklamos paslaugų teikėjai į kompetentingų institucijų prašymus turėtų reaguoti greitai, per nustatytą laikotarpį. Paskutinį mėnesį prieš rinkimus ar referendumą tokių pareigų pažeidimai turėtų būti laikomi darančiais neigiamą ir didelį poveikį asmenų teisėms, todėl politinės reklamos paslaugų teikėjai prašomą informaciją turėtų pateikti per trumpesnį nustatytą laikotarpį. Politinės reklamos paslaugų teikėjai, atitinkantys labai mažomis ir mažosiomis įmonėmis pagal Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1 ir 2 dalis nustatytus kriterijus, turėtų pateikti prašomą informaciją nepagrįstai nedelsdami ir, kai įmanoma, anksčiau nei rinkimų ar referendumo dieną. Siekiant teisinio tikrumo ir paisant teisės į gynybą, kompetentingos institucijos prašymai pateikti informaciją turėtų apimti tinkamą motyvų pareiškimą ir informaciją apie galimas teisių gynimo priemones.

Tokio motyvų pareiškimo gali būti nereikalaujama, jei atskleidus motyvus, dėl kurių prašoma informacijos, būtų akivaizdžiai pakenkta nusikalstamų veikų arba sunkių administracinių nusižengimų prevencijai, nustatymui, tyrimui ir patraukimui baudžiamojon atsakomybėn už juos. Administracinio nusižengimo, dėl kurio taikoma tokia išimtis, sunkumas turėtų būti nustatomas ne tik atsižvelgiant į baudos ar nuobaudos, kuri gali būti skirta pagal šį reglamentą, dydį, bet ir į galimą neigiamą poveikį rinkimams, referendumui, teisėkūros ar reguliavimo procesui. Politinės reklamos paslaugų teikėjai turėtų paskirti kontaktinius subjektus ryšiams su kompetentingomis institucijomis palaikyti. Tokie kontaktiniai subjektai galėtų būti elektroniniai. Iš suformuotos Europos Sąjungos Teisingumo Teismo jurisprudencijos matyti, kad tiek fizinių, tiek juridinių asmenų apsauga nuo savavališko ar neproporcingo valdžios institucijų kišimosi į tų asmenų privačios veiklos sritį yra bendrasis Sąjungos teisės principas. Šia apsauga asmuo gali remtis kaip pagal Sąjungos teisę užtikrinama teise, kaip tai suprantama pagal Chartijos 47 straipsnio pirmą pastraipą, teisine tvarka ginčydamas sau nepalankų aktą, kaip antai sprendimą dėl įpareigojimo pateikti informaciją ar sprendimą dėl sankcijos už šio įpareigojimo nevykdymą;

(103) šio reglamento tikslais valstybės narės turėtų paskirti kompetentingą instituciją kaip nacionalinį kontaktinį subjektą Sąjungos lygmeniu. Jei įmanoma, kontaktinis subjektas turėtų būti Europos bendradarbiavimo rinkimų klausimais tinklo narys. Nacionalinis kontaktinis subjektas turėtų palengvinti valstybių narių kompetentingų institucijų bendradarbiavimą vykdant priežiūros ir vykdymo užtikrinimo užduotis, visų pirma tarpininkaudamas su nacionaliniais kontaktiniais subjektais kitose valstybėse narėse ir su kitomis kompetentingomis institucijomis savo paties valstybėje narėje;

(104) valstybių narių institucijos turėtų užtikrinti, kad už šiame reglamente nustatytų pareigų pažeidimus politinės reklamos paslaugų užsakovams arba teikėjams būtų skiriamos baudos arba piniginės nuobaudos, arba atitinkamai kitos priemonės, įskaitant periodines baudas. Tai darydamos jos turėtų atsižvelgti į pažeidimo pobūdį, sunkumą, pasikartojimą ir trukmę, įvertindamos atitinkamą viešąjį interesą, vykdomos veiklos mastą ir pobūdį, taip pat, kai taikytina, pažeidėjo dydį ir ekonominį pajėgumą. Be to, valstybių narių institucijos turėtų atsižvelgti į tai, ar atitinkamas politinės reklamos paslaugų užsakovas arba teikėjas sistemingai ar pakartotinai nesilaiko tų pareigų, be kita ko, atidėliodamas informacijos teikimą suinteresuotiesiems subjektams, taip pat, kai aktualu, į tai, ar politinės reklamos paslaugų teikėjas veikia keliose valstybėse narėse. Sankcijos kiekvienu atveju turėtų būti veiksmingos,

proporcingos ir atgrasančios, deramai suteikiant pakankamas ir prieinamas procedūrines garantijas ir visų pirma atsižvelgiant į poreikį užtikrinti, kad politinės diskusijos išliktų atviros ir prieinamos. Tam tikros pareigos yra itin svarbios, kad būtų galima veiksmingai siekti šio reglamento tikslų, o tų pareigų pažeidimai turėtų būti laikomi ypač sunkiais;

(105) fiziniai asmenys ar subjektai turėtų turėti galimybę kompetentingoms institucijoms teikti skundus ir pranešti joms apie aplinkybes, kurios galėtų būti laikomos šio reglamento pažeidimu. Reikėtų priminti, kad šiomis aplinkybėmis taip pat gali būti taikytinos ir kitos Sąjungos teisėje numatytos administracinės procedūros. Pavyzdžiui, duomenų subjektai turi teisę teikti skundus pagal Reglamentą (ES) 2016/679 paskirtoms priežiūros institucijoms dėl pažeidimų, susijusių su jų asmens duomenų tvarkymu. Be to, fiziniai asmenys ar subjektai taip pat turi galimybę pagal Reglamentą (ES) 2022/2065 paskirtiems skaitmeninių paslaugų koordinatoriams apskųsti tarpininkavimo paslaugų teikėjus dėl įtariamų to reglamento pažeidimų. Nedarant poveikio toms procedūroms ar bet kuriai kitai galimai administracinei procedūrai ar teisminei teisių gynimo priemonei, kompetentingos institucijos turėtų nagrinėti tokius skundus, be kita ko, informuodamos skundo pateikėją apie tolesnius veiksmus, kurių dėl jų imtasi. Kai kompetentingai institucijai pranešama apie kitos valstybės narės kompetentingos institucijos kompetencijai priklausantį skundą, ji turėtų nepagrįstai nedelsdama tą skundą perduoti tai kompetentingai institucijai;

(106) kompetentingų institucijų naudojimuisi įgaliojimais pagal šį reglamentą turėtų būti taikomos atitinkamos procedūrinės garantijos laikantis Sąjungos ir valstybių narių teisės aktų, įskaitant veiksmingas teismines teisių gynimo priemones ir tinkamą procesą;

(107) siekiant padėti laikytis šio reglamento, paslaugų teikėjams ir kitiems suinteresuotiesiems subjektams turėtų būti laiku suteikta lengvai prieinama informacija apie rinkimų ir referendumų datas. Todėl valstybės narės turėtų paskelbti savo rinkimų ir referendumų datas ir, kai taikytina, rinkimų laikotarpių datas. Ta informacija turėtų būti lengvai prieinama ir pateikta laiku. Jos taip pat turėtų pateikti tą informaciją visuomenei per Komisijos parengtą portalą iš karto po to, kai paskelbiamos tos datos;

(108) siekiant padėti nacionalinėms kompetentingoms institucijoms veiksmingai įgyvendinti šį reglamentą, Komisija raginama prireikus parengti gaires dėl politinės reklamos identifikavimo ir sankcijų taikymo;

(109) kad būtų pasiekti šio reglamento tikslai, pagal SESV 290 straipsnį Komisijai turėtų būti deleguoti įgaliojimai priimti teisės aktus dėl informacijos, kurią reikia įtraukti į skaidrumo pranešimą, ir dėl informacijos apie atrankiojo adresavimo metodų ir reklamos pateikimo metodų naudojimą. Ypač svarbu, kad atlikdama parengiamąjį darbą Komisija surengtų tinkamas konsultacijas, taip pat ir su ekspertais, ir kad tos konsultacijos būtų vykdomos vadovaujantis 2016 m. balandžio 13 d. Tarpinstituciniame susitarime ([12]) dėl geresnės teisėkūros nustatytais principais. Visų pirma, kad būtų užtikrintos vienodos galimybės dalyvauti atliekant su deleguotaisiais aktais susijusį parengiamąjį darbą, Europos Parlamentas ir Taryba visus dokumentus gauna tuo pačiu metu kaip ir valstybių narių ekspertai, o jų ekspertams sistemingai suteikiama galimybė dalyvauti Komisijos ekspertų grupių, kurios atlieka su deleguotaisiais aktais susijusį parengiamąjį darbą, posėdžiuose;

(110) siekiant užtikrinti vienodas šio reglamento įgyvendinimo sąlygas, Komisijai turėtų būti suteikti įgyvendinimo įgaliojimai, kaip nurodyta šiame reglamente. Tais įgaliojimais turėtų būti naudojamasi pagal Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) Nr. 182/2011 ([13]);

([12]) OL L 123, 2016 5 12, p. 1.

([13]) 2011 m. vasario 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) Nr. 182/2011, kuriuo nustatomos valstybių narių vykdomos Komisijos naudojimosi įgyvendinimo įgaliojimais kontrolės mechanizmų taisyklės ir bendrieji principai (OL L 55, 2011 2 28, p. 13).

(111) per dvejus metus nuo kiekvienų rinkimų į Europos Parlamentą Komisija turėtų pateikti viešą šio reglamento vertinimo ir peržiūros ataskaitą. Rengdama tą ataskaitą Komisija taip pat turėtų atsižvelgti į šio reglamento įgyvendinimą kitų Sąjungoje vykstančių rinkimų ir referendumų kontekste;

(112) kadangi šio reglamento tikslų – prisidėti prie tinkamo politinės reklamos ir susijusių paslaugų vidaus rinkos veikimo ir nustatyti taisykles dėl atrankiojo adresavimo metodų ir reklamos skelbimo pateikimo metodų naudojimo publikuojant ir platinant politinę reklamą – valstybės narės negali deramai pasiekti, o tų tikslų būtų geriau siekti Sąjungos lygmeniu, laikydamasi ES sutarties 5 straipsnyje nustatyto subsidiarumo principo Sąjunga gali patvirtinti priemones. Pagal tame straipsnyje nustatytą proporcingumo principą šiuo reglamentu neviršijama to, kas būtina nurodytiems tikslams pasiekti;

(113) šiuo reglamentu nedaromas poveikis taisyklėms, nustatytoms direktyvomis 2000/31/EB ([14]), 2002/58/EB ([15]), 2005/29/EB ([16]), 2006/114/EB ([17]), 2006/123/EB ([18]), 2010/13/ES ir 2011/83/ES ([19]), Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2019/1150 ([20]) ir Reglamentu (ES) 2022/2065, įskaitant to reglamento 4, 5, 6 ir 8 straipsniuose nustatytas taisykles dėl tarpininkavimo paslaugų teikėjų atsakomybės. Šis reglamentas turėtų papildyti Sąjungos duomenų apsaugos *acquis*, visų pirma, reglamentus (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725 bei Direktyvą 2002/58/EB;

(114) vadovaujantis Reglamento (ES) 2018/1725 42 straipsnio 1 dalimi buvo konsultuojamasi su Europos duomenų apsaugos priežiūros pareigūnu, ir jis pateikė nuomonę 2022 m. sausio 20 d. ([21]),

PRIĖMĖ ŠĮ REGLAMENTĄ:

I SKYRIUS

BENDROSIOS NUOSTATOS

1 straipsnis

Dalykas ir tikslai

1. Šiuo reglamentu nustatoma:

([14]) 2000 m. birželio 8 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/31/EB dėl kai kurių informacinės visuomenės paslaugų, ypač elektroninės komercijos, teisinių aspektų vidaus rinkoje (Elektroninės komercijos direktyva) (OL L 178, 2000 7 17, p. 1).

([15]) 2002 m. liepos 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2002/58/EB dėl asmens duomenų tvarkymo ir privatumo apsaugos elektroninių ryšių sektoriuje (Direktyva dėl privatumo ir elektroninių ryšių) (OL L 201, 2002 7 31, p. 37).

([16]) 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje ir iš dalies keičianti Tarybos direktyvą 84/450/EEB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyvas 97/7/EB, 98/27/EB bei 2002/65/EB ir Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (EB) Nr. 2006/2004 (Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva) (OL L 149, 2005 6 11, p. 22).

([17]) 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos (OL L 376, 2006 12 27, p. 21).

([18]) 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/123/EB dėl paslaugų vidaus rinkoje (OL L 376, 2006 12 27, p. 36).

([19]) 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2011/83/ES dėl vartotojų teisių, kuria iš dalies keičiamos Tarybos direktyva 93/13/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 1999/44/EB bei panaikinamos Tarybos direktyva 85/577/EEB ir Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 97/7/EB (OL L 304, 2011 11 22, p. 64).

([20]) 2019 m. birželio 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES) 2019/1150 dėl verslo klientams teikiamų internetinių tarpininkavimo paslaugų sąžiningumo ir skaidrumo didinimo (OL L 186, 2019 7 11, p. 57).

([21]) OL C 145, 2022 4 1, p. 12.

a) politinės reklamos ir susijusių paslaugų teikimui ir, kai taikytina, užsakovams skirtos suderintos taisyklės, įskaitant skaidrumo užtikrinimo ir susijusias išsamaus patikrinimo pareigas, dėl informacijos, susijusios su tokių paslaugų teikimu vidaus rinkoje, rinkimo, saugojimo, atskleidimo ir publikavimo;

b) suderintos taisyklės dėl atrankiojo adresavimo metodų ir reklamos skelbimo pateikimo metodų naudojimo, kai teikiant internetinės politinės reklamos paslaugas tvarkomi asmens duomenys;

c) šio reglamento įgyvendinimo ir vykdymo užtikrinimo taisyklės, įskaitant taisykles dėl kompetentingų institucijų bendradarbiavimo ir veiklos koordinavimo.

2. Politinės pažiūros ir kitas redakcinis turinys, už kuriuos taikoma redakcinė atsakomybė, nepriklausomai nuo to, kokiu kanalu jie išreikšti, nelaikomi politine reklama, išskyrus atvejus, kai už jų rengimą, rodymą, sklaidą, publikavimą, pateikimą ar platinimą trečiosios šalys moka konkretų užmokestį ar kitokį atlygį arba tas atlygis susijęs su minėtais veiksmais.

3. Asmeniškai reiškiamos politinės pažiūros nelaikomos politine reklama.

4. Šio reglamento tikslai:

a) prisidėti prie tinkamo politinės reklamos ir susijusių paslaugų vidaus rinkos veikimo;

b) apsaugoti Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijoje įtvirtintas pagrindines teises ir laisves, visų pirma teisę į privatų gyvenimą ir asmens duomenų apsaugą.

2 straipsnis

Taikymo sritis

1. Šis reglamentas taikomas politinei reklamai, kai politinės reklamos skelbimas yra platinamas Sąjungoje, yra pateikiamas į viešąją erdvę vienoje ar keliose valstybėse narėse arba yra skirtas Sąjungos piliečiams, nepriklausomai nuo politinės reklamos paslaugų teikėjo įsisteigimo vietos arba užsakovo gyvenamosios ar įsisteigimo vietos ir naudojamų priemonių.

2. Šiuo reglamentu nedaromas poveikis politinės reklamos skelbimų turiniui arba Sąjungos ar nacionalinėms taisyklėms, kuriomis reglamentuojami kiti su politine reklama susiję aspektai, nepatenkantys į šio reglamento taikymo sritį, įskaitant taisykles dėl politinių kampanijų organizavimo, finansavimo ir vykdymo, taisykles dėl politinės reklamos bendrųjų draudimų ar apribojimų tam tikrais konkrečiais laikotarpiais ir, kai taikytina, taisykles dėl rinkimų laikotarpių.

3. Šiuo reglamentu nedaromas poveikis taisyklėms, nustatytoms:

a) Direktyvoje 2000/31/EB;

b) Direktyvoje 2002/58/EB;

c) Direktyvoje 2005/29/EB;

d) Direktyvoje 2006/114/EB;

e) Direktyvoje 2006/123/EB;

f) Direktyvoje 2010/13/ES;

g) Direktyvoje 2011/83/ES;

h) Reglamente (ES) 2019/1150;

i) Reglamente (ES) 2022/2065.

3 straipsnis

Terminų apibrėžtys

Šiame reglamente vartojamų terminų apibrėžtys:

1) paslauga – vykdant savarankišką ekonominę veiklą paprastai už atlygį teikiama paslauga, kaip nurodyta SESV 57 straipsnyje;

2) politinė reklama – bet kokiomis priemonėmis rengiamas, rodomas, skleidžiamas, publikuojamas, pateikiamas ar platinamas pranešimas, kuris paprastai teikiamas už atlygį, vykdant vidaus veiklą arba kaip politinės reklamos dalis:

   a) paties politinio subjekto ar kito asmens už jį arba jo vardu, išskyrus grynai privataus arba komercinio pobūdžio pranešimą, arba

   b) kuris gali turėti įtakos rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui Sąjungos, nacionaliniu, regioniniu ar vietos lygmeniu ir yra skirtas tokiai įtakai daryti

   ir kuris neapima:

      i) valstybių narių arba Sąjungos oficialių šaltinių pranešimų, susijusių griežtai tik su dalyvavimo rinkimuose ar referendumuose organizavimu ir sąlygomis, įskaitant kandidatūrų ar referendumui spręsti pateikto klausimo paskelbimą, arba su dalyvavimo rinkimuose ar referendumuose skatinimu,

      ii) valstybės narės valdžios institucijos ar Sąjungos, už ją arba jos vardu vykdomos viešos komunikacijos, įskaitant valstybės narės vyriausybės narių, už juos arba jų vardu vykdomą komunikaciją, kurios tikslas yra visuomenei pateikti oficialią informaciją, jeigu ta komunikacija negali daryti įtakos rinkimų ar referendumo rezultatams, rinkėjų elgsenai arba teisėkūros ar reguliavimo procesui ir nėra tam skirta ir

      iii) kandidatų pristatymo nurodytose viešosiose erdvėse arba žiniasklaidos priemonėse, kurios aiškiai numatytos teisės aktuose ir suteikiamos nemokamai, kartu užtikrinant vienodas sąlygas kandidatams;

3) politinės reklamos skelbimas – konkretus politinės reklamos, publikuojamos, pateikiamos arba platinamos bet kokiomis priemonėmis, atvejis;

4) politinis subjektas – bet kuris iš šių subjektų:

   a) politinė partija, kaip apibrėžta Reglamento (ES, Euratomas) Nr. 1141/2014 2 straipsnio 1 dalyje, arba subjektas, tiesiogiai ar netiesiogiai susijęs su tokios politinės partijos veiklos sritimi;

   b) politinis aljansas, kaip apibrėžta Reglamento (ES, Euratomas) Nr. 1141/2014 2 straipsnio 2 dalyje;

   c) Europos politinė partija, kaip apibrėžta Reglamento (ES, Euratomas) Nr. 1141/2014 2 straipsnio 3 dalyje;

   d) kandidatas į bet kurias renkamas pareigas Sąjungos, nacionaliniu, regioniniu ir vietos lygmenimis arba į bet kurias vadovaujamas pareigas politinėje partijoje, arba tokias pareigas einantis asmuo;

   e) Sąjungos institucijų, išskyrus Europos Sąjungos Teisingumo Teismą, Europos Centrinį Banką ir Audito Rūmus, arba valstybės narės vyriausybės nacionaliniu, regioniniu ar vietos lygmeniu narys;

   f) politinės kampanijos organizacija, turinti juridinio asmens statusą arba jo neturinti, įsteigta tik tam, kad darytų įtaką rinkimų ar referendumo rezultatams;

   g) fizinis ar juridinis asmuo, atstovaujantis bet kuriam iš a–f punktuose nurodytų asmenų ar organizacijų arba veikiantis bet kurio iš jų vardu ir propaguojantis bet kurio iš tų asmenų ar organizacijų politinius tikslus;

5) politinės reklamos paslauga – paslauga, kurią sudaro politinė reklama, išskyrus internetinę tarpininkavimo paslaugą, kaip apibrėžta Reglamento (ES) 2022/2065 3 straipsnio g punkte, teikiamą be atlygio už konkretaus pranešimo rengimą, rodymą, sklaidą, publikavimą, pateikimą ar platinimą;

6) politinės reklamos paslaugų teikėjas – fizinis arba juridinis asmuo, dalyvaujantis teikiant politinės reklamos paslaugas, išskyrus išimtinai pagalbines paslaugas;

7) politinės reklamos kampanija – susijusių politinių skelbimų rengimas, rodymas, sklaida, publikavimas, pateikimas arba platinimas pagal politinės reklamos sutartį, remiantis bendro rengimo, rėmimo ar finansavimo principais;

8) labai didelė interneto platforma – interneto platforma, kuriai pagal Reglamento (ES) 2022/2065 33 straipsnio 4 dalį suteiktas labai didelės interneto platformos statusas;

9) labai didelė interneto paieškos sistema – interneto paieškos sistema, kuriai pagal Reglamento (ES) 2022/2065 33 straipsnio 4 dalį suteiktas labai didelės interneto paieškos sistemos statusas;

10) užsakovas – fizinis arba juridinis asmuo, kurio prašymu ar vardu parengiamas, rodomas, skleidžiamas, publikuojamas, pateikiamas ar platinamas politinės reklamos skelbimas;

11) atrankiojo adresavimo metodai – metodai, kurie naudojami tam, kad tvarkant asmens duomenis politinės reklamos skelbimas būtų adresuojamas tik konkrečiam asmeniui ar asmenų grupei arba jie nebūtų įtraukiami;

12) reklamos skelbimo pateikimo metodai – optimizavimo metodai, kuriais pasitelkiant automatizuotą asmens duomenų tvarkymą padidinama politinės reklamos skelbimo sklaida, aprėptis arba matomumas ir kurie gali būti naudojami politinės reklamos skelbimui pateikti tik konkrečiam asmeniui ar asmenų grupei;

13) politinės reklamos skelbėjas – politinės reklamos paslaugos teikėjas, kuris publikuoja, pateikia ar platina politinę reklamą bet kuriais kanalais;

14) duomenų valdytojas – duomenų valdytojas, kaip apibrėžta Reglamento (ES) 2016/679 4 straipsnio 7 punkte arba, kai taikytina, Reglamento (ES) 2018/1725 3 straipsnio 8 punkte.

4 straipsnis

Vidaus rinkos principas

1. Valstybės narės dėl priežasčių, susijusių su politinės reklamos skaidrumu, toliau netaiko ar nenustato nuostatų ar priemonių, besiskiriančių nuo tų, kurios nustatytos šiame reglamente.

2. Politinės reklamos paslaugų teikimas nėra draudžiamas ar ribojamas, be kita ko, geografiniu požiūriu, dėl priežasčių, susijusių su skaidrumu, kai laikomasi šio reglamento reikalavimų.

5 straipsnis

Politinės reklamos paslaugų teikimas Sąjungoje

1. Politinės reklamos paslaugų teikėjai savo paslaugų teikimui netaiko diskriminacinių apribojimų vien dėl užsakovo gyvenamosios arba įsisteigimo vietos.

Politinės reklamos paslaugų teikėjai neriboja savo paslaugų teikimo Europos politinei partijai, kaip apibrėžta Reglamento (ES, Euratomas) Nr. 1141/2014 2 straipsnio 3 punkte, arba Europos Parlamento frakcijai vien dėl jos įsisteigimo vietos.

2. Nedarant poveikio griežtesnėms nacionalinėms taisyklėms, per paskutinius tris mėnesius iki Sąjungos lygmeniu arba nacionaliniu, regioniniu ar vietos lygmeniu valstybėje narėje organizuojamų rinkimų arba referendumo politinės reklamos paslaugos, susijusios su tais rinkimais ar referendumu, teikiamos tik užsakovui arba užsakovo vardu veikiančiam paslaugų teikėjui, kuris pareiškia esąs:

a) Sąjungos pilietis,

b) trečiosios šalies pilietis, nuolat gyvenantis Sąjungoje ir pagal gyvenamosios valstybės narės nacionalinę teisę turintis teisę balsuoti tuose rinkimuose ar referendume arba

c) Sąjungoje įsisteigęs juridinis asmuo, kuris faktiškai nepriklauso trečiosios šalies piliečiui, išskyrus b punkte nurodytus trečiųjų šalių piliečius, ar trečiojoje šalyje įsisteigusiam juridiniam asmeniui arba nėra jų kontroliuojamas.

II SKYRIUS

PAREIGOS UŽTIKRINTI POLITINĖS REKLAMOS PASLAUGŲ SKAIDRUMĄ IR IŠSAMŲ PATIKRINIMĄ

6 straipsnis

Pareigos užtikrinti politinės reklamos paslaugų skaidrumą ir išsamų patikrinimą

1. Politinės reklamos paslaugos teikiamos skaidriai, laikantis šiame, 7–17 ir 21 straipsniuose nustatytų pareigų.

2. Politinės reklamos paslaugų teikėjai užtikrina, kad sudaromomis politinės reklamos teikimo sutartimis būtų suteikiamos galimybės laikytis atitinkamų šio reglamento nuostatų, įskaitant susijusias su atsakomybės paskirstymu ir informacijos išsamumu bei tikslumu.

7 straipsnis

Politinės reklamos paslaugų identifikavimas

1. Reklamos paslaugų teikėjas reikalauja, kad užsakovai ir užsakovų vardu veikiantys reklamos paslaugų teikėjai deklaruotų, ar reklamos paslauga, kurią jie užsakė iš reklamos paslaugų teikėjo, yra politinės reklamos paslauga, kaip apibrėžta 3 straipsnio 5 punkte, ir ar jie atitinka 5 straipsnio 2 dalyje nurodytus reikalavimus. Užsakovai ir užsakovų vardu veikiantys reklamos paslaugų teikėjai pateikia tokias deklaracijas teisingai ir yra atsakingi už jų tikslumą.

2. Politinės reklamos paslaugų teikėjai užtikrina, kad sudarytose politinės reklamos paslaugų teikimo sutartyse būtų reikalaujama, kad užsakovas arba užsakovų vardu veikiantys reklamos paslaugų teikėjai pateiktų deklaraciją pagal šio straipsnio 1 dalį ir svarbią informaciją, kuri būtina, kad būtų galima laikytis 9 straipsnio 1 dalies, 11 straipsnio 1 dalies ir 12 straipsnio 1 dalies. Ta informacija perduodama išsamiai, tiksliai ir nepagrįstai nedelsiant.

3. Užsakovai pateikia informaciją, kuri būtina, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai prieš arba per politinės reklamos skelbimo publikavimo, pateikimo ar platinimo laikotarpį galėtų laikytis 9 straipsnio 1 dalies a, d, e ir f punktuose, 11 straipsnio 1 dalies a–d punktuose ir 12 straipsnio 1 dalies a, b, c, e, h ir k punktuose pateiktų reikalavimų, ir užtikrina tos informacijos tikslumą.

Kai užsakovas arba užsakovo vardu veikiantis reklamos paslaugų teikėjas sužino, kad jo perduota informacija pasikeitė, jis užtikrina, kad atnaujinta informacija būtų laiku, išsamiai ir tiksliai perduota atitinkamam politinės reklamos paslaugų teikėjui.

Kai užsakovas arba užsakovo vardu veikiantis reklamos paslaugų teikėjas sužino, kad bet kuri politinės reklamos skelbėjui perduota ar jo publikuota informacija yra neišsami arba netiksli, jis nepagrįstai nedelsdamas susisiekia su atitinkamu politinės reklamos skelbėju ir tam politinės reklamos skelbėjui perduoda papildytą ar ištaisytą informaciją.

4. Politinės reklamos paslaugų teikėjai reikalauja, kad užsakovai arba užsakovų vardu veikiantys reklamos paslaugų teikėjai, kurie pagal šį straipsnį pateikia deklaraciją ar informaciją, kuri yra neabejotinai klaidinga, tą deklaraciją ar tą informaciją ištaisytų. Užsakovai arba užsakovų vardu veikiantys reklamos paslaugų teikėjai tokius ištaisymus, kurie turi būti išsamūs ir tikslūs, atlieka nepagrįstai nedelsdami.

5. Elektroninę sąsają naudojantys politinės reklamos paslaugų teikėjai užtikrina, kad ta elektroninė sąsaja būtų sukurta ir organizuota taip, kad užsakovams ir užsakovų vardu veikiantiems reklamos paslaugų teikėjams būtų sudaromos sąlygos vykdyti savo pareigas, nurodytas šio straipsnio 1 dalyje ir 9 straipsnio 1 dalyje.

8 straipsnis

Politinės reklamos skelbimo identifikavimas

1. Siekiant nustatyti, ar pranešimas yra politinė reklama, kaip tai suprantama 3 straipsnio 2 punkto b papunktyje, atsižvelgiama į visus jo ypatumus, įskaitant:

a) pranešimo turinį;

b) pranešimo užsakovą;

c) kalbą, kuria perduodamas pranešimas;

d) aplinkybes, kuriomis perduodamas pranešimas, įskaitant platinimo laikotarpį;

e) priemones, kuriomis pranešimas rengiamas, rodomas, skleidžiamas, publikuojamas, pateikiamas ar platinamas;

f) tikslinę auditoriją;

g) pranešimo tikslą.

2. Komisija parengia bendras gaires, kuriomis siekiama padėti tinkamai taikyti šį straipsnį.

9 straipsnis

Duomenų saugojimas

1. Politinės reklamos paslaugų teikėjai saugo, tiek, kiek tai būtina, kad būtų laikomasi šio reglamento, teikiant paslaugas surinktą informaciją apie:

a) politinės reklamos skelbimą arba politinės reklamos kampaniją, su kuria yra susijusi paslauga ar paslaugos;

b) konkrečią paslaugą ar paslaugas, kurias jie teikė politinės reklamos tikslais;

c) jų sąskaitose faktūrose nurodytas sumas už paslaugą ar paslaugas, kurias jie suteikė, ir kitos naudos, gautos iš dalies arba visiškai atsilyginant už suteiktą paslaugą ar paslaugas, vertę;

d) informaciją apie c punkte nurodytų sumų ir kitos naudos viešuosius ar privačiuosius šaltinius ir tai, ar tie šaltiniai yra Sąjungoje, ar už jos ribų;

e) politinės reklamos skelbimo užsakovo ir, kai taikytina, galutinio užsakovą kontroliuojančio subjekto tapatybę ir kontaktinius duomenis bei, juridinių asmenų atveju, įsisteigimo vietą ir

f) kai taikytina, nuorodą į rinkimus, referendumą, teisėkūros ar reguliavimo procesą, su kuriais susijęs politinės reklamos skelbimas.

2. Politinės reklamos paslaugų teikėjai deda pagrįstas pastangas, kad užtikrintų, jog pagal 1 dalį saugoma informacija būtų išsami ir tiksli.

3. 1 dalyje nurodyta informacija pateikiama raštu arba elektronine forma. Tokia informacija saugoma kompiuterio skaitomu formatu septynerius metus nuo paskutinio parengimo, parodymo, sklaidos, publikavimo, pateikimo ar platinimo dienos, atsižvelgiant į konkretų atvejį.

4. Šis straipsnis netaikomas labai mažoms įmonėms, atitinkančioms Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1 dalyje nustatytus kriterijus, jei reklamos paslaugų teikimas yra visiškai nereikšmingas ir papildomas, palyginti su jų pagrindine veikla.

10 straipsnis

Informacijos perdavimas politinės reklamos skelbėjui

1. Politinės reklamos paslaugų teikėjai užtikrina, kad 9 straipsnio 1 dalyje nurodyta informacija būtų laiku, išsamiai ir tiksliai perduodama politinės reklamos skelbėjams, kad jie galėtų vykdyti savo pareigas pagal šį reglamentą.

Kiekvienas politinės reklamos paslaugų teikėjas, teikdamas atitinkamą paslaugą, perduoda pirmoje pastraipoje nurodytą informaciją, vadovaudamasis geriausia praktika ir sektoriaus standartais bei, kai techniškai įmanoma, pasitelkdamas standartizuotą automatizuotą procesą.

Kai politinės reklamos skelbėjas yra vienintelis politinės reklamos paslaugų teikėjas, užsakovas perduoda atitinkamą informaciją politinės reklamos skelbėjui.

2. Kai politinės reklamos paslaugų teikėjas sužino, kad informacija, kurią jis perdavė, pasikeitė, jis užtikrina, kad atnaujinta informacija būtų perduota atitinkamam politinės reklamos skelbėjui.

11 straipsnis

Kiekvienam politinės reklamos skelbimui taikomi ženklinimo ir skaidrumo reikalavimai

1. Politinės reklamos skelbėjai užtikrina, kad kartu su kiekvienu politinės reklamos skelbimu būtų aiškiai, suprantamai ir nedviprasmiškai pateikiama ši informacija:

a) pareiškimas, kad tai yra politinės reklamos skelbimas;

b) politinės reklamos skelbimo užsakovo ir, kai taikytina, galutinio užsakovą kontroliuojančio subjekto tapatybė;

c) kai taikytina, rinkimai, referendumas, teisėkūros ar reguliavimo procesas, su kuriais susijęs politinės reklamos skelbimas;

d) kai taikytina, pareiškimas, kad politinės reklamos skelbimui buvo taikomi atrankiojo adresavimo ar reklamos skelbimo pateikimo metodai;

e) skaidrumo pranešimas, kuriame pateikiama 12 straipsnio 1 dalyje nurodyta informacija, arba aiški nuoroda, kur jį galima lengvai ir iš karto rasti.

2. Politinės reklamos skelbėjai užtikrina, kad 1 dalyje nurodyta informacija būtų išsami. Politinės reklamos skelbėjai užtikrina, kad informacija apie tai, kur galima rasti 1 dalies e punkte nurodytą skaidrumo pranešimą, būtų tiksli.

3. 1 dalyje nurodyta informacija pateikiama žymėjimu, pritaikytu naudojamai terpei.

Toks žymėjimas turi būti aiškiai matomas ir suteikia galimybę asmenims lengvai atpažinti politinę reklamą, taip pat jis negali būti pašalintas, jei politinė reklama yra toliau platinama.

4. Ne vėliau kaip 2025 m. liepos 10 d. Komisija priima įgyvendinimo aktus, kuriais nustatomas 3 dalyje nurodyto žymėjimo formatas ir šablonas. Tais įgyvendinimo aktais užtikrinama, kad žymėjimas būtų pritaikytas naudojamai terpei, be kita ko, audiovizualinei ir spausdintinei žiniasklaidai, taip pat internetinei ir neinternetinei reklamai, atsižvelgiant į konkrečias tos terpės savybes, taip pat į naujausius technologijų ir rinkos pokyčius, atitinkamus mokslinius tyrimus ir geriausią praktiką.

Tie įgyvendinimo aktai priimami laikantis 29 straipsnio 2 dalyje nurodytos nagrinėjimo procedūros.

5. Valstybės narės, įskaitant kompetentingas institucijas, ir Komisija skatina parengti savanoriškus elgesio kodeksus, kuriais siekiama prisidėti prie tinkamo šio straipsnio taikymo, atsižvelgiant į konkrečius atitinkamų paslaugų teikėjų ypatumus ir konkrečius labai mažų, mažųjų ir vidutinių įmonių, atitinkančių Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus kriterijus, poreikius.

12 straipsnis

Skaidrumo pranešimas

1. Politinės reklamos skelbėjai užtikrina, kad 11 straipsnio 1 dalies e punkte nurodytame skaidrumo pranešime būtų pateikta ši informacija:

a) užsakovo ir, kai taikytina, galutinio užsakovą kontroliuojančio subjekto tapatybė, įskaitant vardą ir pavardę ar pavadinimą, e. pašto adresą ir, jei tai viešai paskelbta, pašto adresą, o jei užsakovas nėra fizinis asmuo – buveinės adresą;

b) pagal a punktą reikalaujama informacija apie fizinį arba juridinį asmenį, kuris moka atlygį už politinę reklamą, jei šis asmuo nėra užsakovas arba galutinis užsakovą kontroliuojantis subjektas;

c) laikotarpis, per kurį numatoma publikuoti, pateikti ar platinti politinę reklamą;

d) informacija apie bendras sumas arba kitos naudos, kurią gavo politinės reklamos paslaugų teikėjai, bendrą vertę, įskaitant skelbėjo gautą naudą, iš dalies arba visiškai atsilyginant už politinės reklamos paslaugas, susijusias su, kai aktualu, politinės reklamos kampanija;

e) informacija apie d punkte nurodytų tų sumų ir kitos naudos viešuosius ar privačiuosius šaltinius ir tai, ar tie šaltiniai yra Sąjungoje, ar už jos ribų;

f) informacija apie metodiką, naudotą apskaičiuojant d punkte nurodytas sumas ir vertę;

g) kai taikytina, nurodomi rinkimai, referendumai ir teisėkūros ar reguliavimo procesai, su kuriais yra susijusi politinė reklama;

h) jeigu politinė reklama yra susijusi su konkrečiais rinkimais arba referendumais – nuorodos į oficialią informaciją apie dalyvavimo atitinkamuose rinkimuose arba referendume tvarką;

i) kai taikytina, nuorodos į 13 straipsnyje nurodytą Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugyklą;

j) informacija apie 15 straipsnio 1 dalyje nurodytus mechanizmus;

k) kai taikytina, tai, ar ankstesnis politinės reklamos ar ankstesnės jos versijos skelbimas buvo sustabdytas arba nutrauktas dėl šio reglamento pažeidimo;

l) kai taikytina, pareiškimas, kad politinei reklamai taikyti atrankiojo adresavimo metodai arba reklamos skelbimo pateikimo metodai, grindžiami asmens duomenų naudojimu, įskaitant 19 straipsnio 1 dalies c ir e punktuose nurodytą informaciją;

m) kai taikytina ir techniškai įmanoma, politinės reklamos sklaida, t. y. peržiūrų ir interakcijų su politine reklama skaičius.

2. Politinės reklamos skelbėjai užtikrina, kad 1 dalyje nurodyta informacija būtų išsami.

Politinės reklamos skelbėjai užtikrina, kad 1 dalies d, f, i, j ir m punktų informacija prieš ir per politinės reklamos publikavimo, teikimo ar platinimo laikotarpį būtų tiksli.

Kai politinės reklamos paslaugų teikėjas sužino, kad bet kuri politinės reklamos skelbėjui perduota ar jo publikuota informacija yra neišsami arba netiksli, jis nepagrįstai nedelsdamas susisiekia su atitinkamu politinės reklamos skelbėju ir tam politinės reklamos skelbėjui perduoda papildytą ar patikslintą informaciją.

Kai politinės reklamos skelbėjas sužino, kad 11 straipsnio 1 dalyje ir šio straipsnio 1 dalyje nurodyta informacija yra neišsami arba netiksli, jis kuo labiau stengiasi, be kita ko, susisiekia su užsakovu ar politinės reklamos paslaugų teikėjais, kad ta informacija būtų nepagrįstai nedelsiant papildyta arba patikslinta.

Kai informacija negali būti nepagrįstai nedelsiant papildyta arba patikslinta, politinės reklamos skelbėjas nebeteikia politinės reklamos arba nepagrįstai nedelsdamas pasirūpina, kad politinės reklamos publikavimas, teikimas ar platinimas būtų nutraukti.

Politinės reklamos skelbėjas nepagrįstai nedelsdamas informuoja užsakovus ar atitinkamus politinės reklamos paslaugų teikėjus apie visus sprendimus, priimtus pagal šios dalies penktą pastraipą.

3. Skaidrumo pranešimas įtraukiamas į kiekvieną politinės reklamos skelbimą arba jį turi būti įmanoma lengvai pasiekti bet kuriuo metu per politinės reklamos skelbimo laikotarpį.

Skaidrumo pranešimai nuolat atnaujinami visą politinės reklamos skelbimo laikotarpį, jie pateikiami lengvai prieinamu formatu ir bent jau tuo atveju, kai politinė reklama pateikiama elektroniniu būdu, kompiuterio skaitomu formatu. Jie rašomi politinės reklamos kalba. Politinės reklamos skelbėjai, siūlantys paslaugas Sąjungoje, užtikrina, kad skaidrumo pranešimai atitiktų taikytinus prieinamumo reikalavimus, be kita ko, kai tai techniškai įmanoma, pateikdami informaciją daugiau nei vienu sensoriniu kanalu.

Skaidrumo pranešimai turi būti aiškiai matomi ir lengvai suprantami vartotojui, be kita ko, juose turi būti vartojama paprasta kalba.

4. Politinės reklamos skelbėjai savo skaidrumo pranešimus kartu su visais pakeitimais saugo septynerius metus po paskutinio atitinkamos politinės reklamos paskelbimo dienos.

5. 4 dalis netaikoma labai mažoms įmonėms, atitinkančioms Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1 dalyje nustatytus kriterijus, jei reklamos paslaugų teikimas yra visiškai nereikšmingas ir papildomas, palyginti su jų pagrindine veikla.

6. Komisijai pagal 28 straipsnį suteikiami įgaliojimai priimti deleguotuosius aktus, kuriais iš dalies keičiamas šis reglamentas įtraukiant šio straipsnio 1 dalies sąrašo punktus ir keičiant šio straipsnio 1 dalies f punktą, kai, atsižvelgiant į technologinę plėtrą, rinkos praktikas, susijusius mokslinius tyrimus, kompetentingų institucijų vykdomos priežiūros pokyčius ir atitinkamas kompetentingų įstaigų paskelbtas gaires, toks pakeitimas yra būtinas platesniam politinės reklamos kontekstui ir jos tikslams suprasti.

7. Ne vėliau kaip 2025 m. liepos 10 d. Komisija priima įgyvendinimo aktus, kuriais nustatomas skaidrumo pranešimo formatas ir pateikiamos techninės specifikacijos, siekiant užtikrinti, kad jis būtų pritaikytas naudojamai terpei, be kita ko, audiovizualinei ir spausdintinei žiniasklaidai, taip pat internetinei ir neinternetinei reklamai, atsižvelgiant į naujausius technologijų ir rinkos pokyčius, atitinkamus mokslinius tyrimus ir geriausią praktiką bei konkrečius labai mažų, mažųjų ir vidutinių įmonių, atitinkančių Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus kriterijus, poreikius.

Tie įgyvendinimo aktai priimami laikantis 29 straipsnio 2 dalyje nurodytos nagrinėjimo procedūros.

13 straipsnis

Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugykla

1. Komisija tiesiogiai arba pavesdama šią atsakomybę administravimo institucijai sukuria Europos internetinės politinės reklamos skelbimų saugyklą (toliau – Europos saugykla), kuri yra vieša visų Sąjungoje paskelbtų arba Sąjungos piliečiams ar gyventojams skirtų internetinių politinės reklamos skelbimų saugykla, ir užtikrina jos administravimą. Ta saugykla apima:

a) funkciją, kuria užtikrinama vieša prieiga prie internetinės politinės reklamos skelbimų ir 12 straipsnio 1 dalyje nurodytos politinės reklamos skelbėjų pateiktos informacijos apie kiekvieną internetinės politinės reklamos skelbimą nuo jo pirmojo paskelbimo momento; informacija turi būti prieinama kompiuterio skaitomu formatu, suteikiant galimybę atlikti daugelio kriterijų užklausas, ir ji yra viešai prieinama viename bendrame portale;

b) prieglobos paslaugą, kuria užtikrinamas internetinės politinės reklamos ir kartu skelbiamos informacijos, nurodytos 12 straipsnio 1 dalyje, prieinamumas per visą politinės reklamos pateikimo laikotarpį ir septynerius metus po paskutinio politinės reklamos pateikimo; ta prieglobos paslauga ir prieiga prie saugomos informacijos turi atitikti visus teisinius reikalavimus pašalinti politinės reklamos skelbimą ir kartu skelbiamą informaciją ir nedaro jiems poveikio; ta prieglobos paslauga politinės reklamos skelbėjams, teikiantiems internetinės politinės reklamos skelbimą į Europos saugyklą, yra nemokama.

2. Politinės reklamos skelbėjai, kurie yra labai didelės interneto platformos ir labai didelės interneto paieškos sistemos, užtikrina, kad kiekvienas politinės reklamos skelbimas kartu su šio reglamento 12 straipsnio 1 dalyje nurodyta informacija būtų prieinamas Reglamento (ES) 2022/2065 39 straipsnyje nurodytoje saugykloje. Be to, tie politinės reklamos skelbėjai suteikia prieigą prie tos informacijos per Europos saugyklą nuo paskelbimo momento ir visą laikotarpį, per kurį jie pateikia politinės reklamos skelbimą, ir septynerius metus nuo paskutinio politinės reklamos pateikimo jų elektroninėse sąsajose.

3. Kai politinės reklamos skelbėjai pašalina konkretų politinės reklamos skelbimą arba panaikina prieigą prie jo dėl įtariamo neteisėtumo ar nesuderinamumo su jų nuostatomis ir sąlygomis, jie ir toliau suteikia prieigą prie šio reglamento 12 straipsnio 1 dalyje reikalaujamos informacijos šio reglamento 9 straipsnio 3 dalyje nurodytą laikotarpį. Šis reikalavimas nedaro poveikio Reglamento (ES) 2022/2065 9 straipsnio 2 dalies a punkto i papunktyje, 17 straipsnio 3 dalies a–e punktuose ir 39 straipsnio 3 dalyje nustatytiems reikalavimams.

4. Politinės reklamos skelbėjai, išskyrus nurodytuosius šio straipsnio 2 dalyje, kurie politinės reklamos skelbimus skelbia naudodamiesi internetine paslauga, kiekvieną tokį politinės reklamos skelbimą ir pagal 12 straipsnio 1 dalį reikalaujamą informaciją pateikia Europos saugykloje ne vėliau kaip per 72 valandas po pirmojo politinės reklamos skelbimo paskelbimo.

5. Komisija arba tam tikrais atvejais 1 dalyje nurodyta administravimo institucija neatsako už politinės reklamos ir joje skelbiamos informacijos išsamumą ir tikslumą arba už jos atitiktį atitinkamai Sąjungos ar nacionalinei teisei ir kitoms taikytinoms privalomoms taisyklėms.

6. Ne vėliau kaip 2026 m. balandžio 10 d. Komisija pagal 29 straipsnį priima įgyvendinimo aktus, kuriais nustatoma išsami bendros duomenų struktūros, standartizuotų metaduomenų teikimo tvarka, kad būtų palengvintas politinės reklamos įtraukimas į Europos saugyklą ir politinės reklamos indeksavimas interneto paieškos sistemomis, standartizuotas tapatumo nustatymas ir bendra taikomųjų programų sąsaja, kad pagal šį reglamentą internete skelbiama informacija būtų prieinama per vieną portalą.

Priimdama tuos įgyvendinimo aktus, Komisija atsižvelgia į technologijų, rinkos ir mokslo raidą ir siekia šių tikslų:

a) užtikrinti, kad 1, 2 ir 3 dalyse nurodyta informacija būtų viešai prieinama per Europos saugyklą;

b) suteikti nesudėtingą viešą prieigą prie internetinių skaidrumo pranešimų naudojantis bendra taikomųjų programų sąsaja, sudarant sąlygas susirasti pranešimus ir atlikti paiešką atitinkamose duomenų bazėse;

c) remti trečiųjų šalių ir visuomenės prieigą prie skaidrumo pranešimų, be kita ko, suteikiant galimybę analizuoti internetinius skaidrumo pranešimus ir juos pateikiant per patogų naudoti bendrą portalą ir naudojantis paieškos paslaugomis.

14 straipsnis

Reguliarios politinės reklamos paslaugų ataskaitos

1. Politinės reklamos skelbėjai prie savo vadovybės ataskaitos, kaip tai suprantama Direktyvos 2013/34/ES 19 straipsnyje, prideda informaciją apie sumas arba kitos naudos, gautos iš dalies arba visiškai atsilyginant už suteiktas paslaugas, įskaitant atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimo pateikimo metodų naudojimą, vertę, susumuotas pagal kampanijas.

Politinės reklamos skelbėjai pirmoje pastraipoje nurodytą informaciją pateikia kompetentingoms institucijoms, atsakingoms už politinių subjektų auditą ar priežiūrą, kai tokios institucijos yra įsteigtos pagal nacionalinę teisę.

2. Šio straipsnio 1 dalis netaikoma labai mažoms, mažosioms ir vidutinėms įmonėms, atitinkančioms Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus kriterijus.

15 straipsnis

Politinės reklamos skelbimų, kurie galbūt neatitinka nuostatų, nurodymas

1. Politinės reklamos paslaugas teikiantys politinės reklamos skelbėjai taiko būtinus mechanizmus, kad fiziniai ar juridiniai asmenys galėtų jiems pranešti apie tai, kad tam tikras jų publikuotas politinės reklamos skelbimas neatitinka šio reglamento.

2. 1 dalyje nurodyti mechanizmai yra nemokami, patogūs naudoti ir lengvai prieinami, be kita ko, iš skaidrumo pranešimo. Tais mechanizmais, kai tai techniškai įmanoma, sudaromos sąlygos pranešimus teikti elektronine forma.

3. Tais mechanizmais sudaromos palankesnės sąlygos teikti tikslius ir pagrįstus pranešimus politinės reklamos skelbėjams, kad jie galėtų nustatyti, ar atitinkama politinė reklama neatitinka šio reglamento. Tuo tikslu politinės reklamos skelbėjai imasi būtinų priemonių, kad užtikrintų galimybę ir sudarytų palankesnes sąlygas teikti pranešimus, kuriuose yra visi šie elementai:

a) pagrįstas paaiškinimas, kodėl pranešimą teikiantis asmuo arba subjektas teigia, kad atitinkamas politinės reklamos skelbimas neatitinka šio reglamento;

b) informacija, sudaranti sąlygas atpažinti politinės reklamos skelbimą;

c) pranešimą teikiančio fizinio ar juridinio asmens vardas, pavardė (pavadinimas) ir e. pašto adresas.

4. Politinės reklamos skelbėjai nepagrįstai nedelsdami išsiunčia pranešimą pateikusiam fiziniam ar juridiniam asmeniui patvirtinimą, kad gavo pranešimą pagal 1 dalį.

5. Politinės reklamos skelbėjai, kurie yra labai didelės interneto platformos ir labai didelės interneto paieškos sistemos, nepagrįstai nedelsdami:

a) išnagrinėja pagal 1 dalį gautus pranešimus ir reaguoja į juos stropiai, nešališkai ir objektyviai;

b) informuoja fizinį ar juridinį asmenį, kuris pateikė 1 dalyje nurodytą pranešimą, apie tolesnius su juo susijusius veiksmus.

6. Politinės reklamos skelbėjai, kurie nėra labai didelės interneto platformos ir labai didelės interneto paieškos sistemos, nepagrįstai nedelsdami:

a) stengiasi kuo geriau išnagrinėti pagal 1 dalį gautus pranešimus ir reaguoti į juos stropiai, nešališkai ir objektyviai;

b) informuoja, bent jau gavę prašymą, fizinį ar juridinį asmenį, kuris pateikė šio straipsnio 1 dalyje nurodytą pranešimą, apie tolesnius su juo susijusius veiksmus; politinės reklamos skelbėjai, atitinkantys Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1 dalyje nustatytus kriterijus, deda visas pastangas, kad būtų užtikrintas šio punkto laikymasis.

7. Per paskutinį mėnesį iki rinkimų ar referendumo politinės reklamos skelbėjai išnagrinėja visus gautus pranešimus apie politinę reklamą, susijusią su tais rinkimais ar referendumu, per 48 valandas, jei tą pranešimą galima išnagrinėti remiantis pranešime pateikta informacija. Politinės reklamos skelbėjai, atitinkantys Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus labai mažų, mažųjų ar vidutinių įmonių kriterijus, įdeda kuo didesnes pastangas nepagrįstai nedelsdami išnagrinėti visus jų gaunamus pranešimus apie politinę reklamą, susijusią su tais rinkimais ar referendumu.

8. Politinės reklamos skelbėjai pateikia aiškią ir patogią naudoti informaciją apie taisomųjų veiksmų galimybes, susijusias su politinės reklamos skelbimu, dėl kurio pateiktas pranešimas, ir, kai taikytina, apie automatizuotų pranešimų tvarkymo priemonių naudojimą.

9. Politinės reklamos skelbėjai nepagrįstai nedelsdami informuoja atitinkamus politinės reklamos paslaugų užsakovus ar teikėjus apie visas priemones, kurių jie imasi po pranešimų, pateiktų pagal šį straipsnį, ir kurios daro poveikį atitinkamo politinės reklamos skelbimo prieinamumui ar pateikimui.

10. Politinės reklamos skelbėjai į pakartotinius pranešimus pagal 1 dalį dėl to paties reklamos skelbimo ar reklamos kampanijos gali atsakyti kolektyviai, be kita ko, naudodamiesi automatizuotomis priemonėmis arba pateikdami savo svetainėje informacinį pranešimą.

11. Komisija, pasikonsultavusi su 22 straipsnio 8 dalyje nurodytu nacionalinių kontaktinių subjektų tinklu, gali paskelbti gaires, kad padėtų politinės reklamos skelbėjams taikyti šį straipsnį.

16 straipsnis

Informacijos perdavimas nacionalinėms kompetentingoms institucijoms

1. Kad būtų galima patikrinti, ar laikomasi 9, 11, 12 ir 14 straipsnių, kompetentingos nacionalinės institucijos turi turėti įgaliojimus prašyti, kad politinės reklamos paslaugų teikėjai perduotų visą būtiną informaciją. Perduodama informacija turi būti išsami, tiksli ir patikima ir ji pateikiama aiškiu, nuosekliu, konsoliduotu ir suprantamu formatu. Jei techniškai įmanoma, informacija perduodama standartizuotu ir kompiuterio skaitomu formatu.

2. 1 dalyje nurodytame prašyme pateikiami šie elementai:

a) trumpas motyvų pareiškimas, kuriame paaiškinama, kokiu tikslu prašoma informacijos, išskyrus atvejus, kai prašymu siekiama baudžiamųjų veikų ar sunkių administracinių nusižengimų prevencijos, nustatymo, tyrimo ir patraukimo atsakomybėn už šias veikas tikslo ir kai prašymo motyvų atskleidimas keltų pavojų tam tikslui;

b) informacija apie teisių gynimo priemones, kuriomis gali pasinaudoti atitinkamas politinės reklamos paslaugų teikėjas ir politinės reklamos paslaugos užsakovas.

3. Gavę prašymą pagal šio straipsnio 1 dalį, politinės reklamos paslaugų teikėjai per dvi darbo dienas patvirtina tokio prašymo gavimą ir informuoja nacionalinę kompetentingą instituciją apie veiksmus, kurių imtasi jam patenkinti. Atitinkamas politinės reklamos paslaugų teikėjas prašomą informaciją pateikia per aštuonias darbo dienas. Tačiau politinės reklamos paslaugų teikėjai, atitinkantys Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus labai mažų, mažųjų ir vidutinių įmonių kriterijus, įdeda deramas pastangas, kad prašomą informaciją pateiktų per 12 darbo dienų ir po to be reikalo nedelsdami.

4. Nukrypstant nuo šio straipsnio 3 dalies, per paskutinį mėnesį prieš rinkimus arba referendumą politinės reklamos paslaugų teikėjai prašomą informaciją, kurią jie turi, pateikia nepagrįstai nedelsdami ir ne vėliau kaip per 48 valandas. Tačiau politinės reklamos paslaugų teikėjai, atitinkantys Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1 ir 2 dalyse nustatytus labai mažų ir mažųjų įmonių kriterijus, pateikia prašomą informaciją, kurią jie turi, nepagrįstai nedelsdami ir, kai įmanoma, anksčiau nei rinkimų ar referendumo dieną.

5. Politinės reklamos paslaugų teikėjai paskiria kontaktinį subjektą ryšiams su kompetentingomis nacionalinėmis institucijomis palaikyti. Politinės reklamos paslaugų teikėjai, atitinkantys Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalyse nustatytus labai mažų, mažųjų ar vidutinių įmonių kriterijus, kontaktiniu subjektu gali paskirti išorės fizinį asmenį.

17 straipsnis

Informacijos perdavimas kitiems suinteresuotiesiems subjektams

1. Suinteresuotųjų subjektų prašymu politinės reklamos paslaugų teikėjai nedelsdami ir nemokamai bei, kai techniškai įmanoma, kompiuterio skaitomu formatu perduoda tiems subjektams informaciją, kurią tie politinės reklamos paslaugų teikėjai privalo turėti pagal 9, 11 ir 12 straipsnius.

2. Suinteresuotieji subjektai, prašantys perduoti informaciją pagal 1 dalį, turi būti nepriklausomi nuo komercinių interesų ir turi priklausyti vienai ar kelioms iš šių kategorijų:

a) patikrinti tyrėjai pagal Reglamento (ES) 2022/2065 40 straipsnio 8 dalį;

b) pilietinės visuomenės organizacijos, kurios įstatuose nustatyti tikslai – apsaugoti ir skatinti viešąjį interesą, nariai, įgalioti pagal nacionalinę arba Sąjungos teisę;

c) politiniai subjektai;

d) valstybėje narėje pripažinti nacionaliniai arba tarptautiniai rinkimų stebėtojai arba

e) žurnalistai.

3. Gavęs suinteresuotojo subjekto prašymą, politinės reklamos paslaugų teikėjas deda visas pastangas, kad kuo greičiau ir ne vėliau kaip per vieną mėnesį pateiktų prašomą informaciją arba motyvuotą atsakymą pagal 5 dalį.

4. Rengdamas informaciją, kuri turi būti pateikta pagal 1 dalį, politinės reklamos paslaugų teikėjas gali susumuoti atitinkamas sumas arba įtraukti jas į kainų intervalą, kiek tai būtina jo teisėtiems komerciniams interesams apsaugoti.

5. Jeigu 1 dalyje nurodyti prašymai yra akivaizdžiai neaiškūs, neproporcingi arba susiję su informacija, kurios politinės reklamos paslaugų teikėjas neturi, tas paslaugų teikėjas gali atsisakyti suteikti prašomą informaciją. Tokiais atvejais politinės reklamos paslaugų teikėjas prašymą pateikusiam suinteresuotajam subjektui išsiunčia motyvuotą atsakymą, įskaitant informaciją apie teisių gynimo galimybes, be kita ko, kai taikoma, numatytas pagal Direktyvą (ES) 2020/1828.

6. Kai tvarkant 1 dalyje nurodytus prašymus patiriama didelių išlaidų, politinės reklamos paslaugų teikėjas gali imti pagrįstą ir proporcingą mokestį, kuris bet kuriuo atveju negali viršyti administracinių išlaidų, patiriamų teikiant prašomą informaciją.

7. Politinės reklamos paslaugų teikėjams tenka pareiga įrodyti, kad prašymas yra akivaizdžiai neaiškus, neproporcingas arba susijęs su informacija, kurios jie neturi, arba kad prašymai susiję su didelėmis tvarkymo išlaidomis.

III SKYRIUS

INTERNETINĖS POLITINĖS REKLAMOS ATRANKINIS ADRESAVIMAS IR PATEIKIMAS

18 straipsnis

Konkretūs reikalavimai, susiję su atrankiojo adresavimo metodais ir reklamos skelbimo pateikimo metodais internetinės politinės reklamos srityje

1. Su internetine politine reklama susiję atrankiojo adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo metodai, apimantys asmens duomenų tvarkymą, yra leidžiami tik tais atvejais, kai tenkinamos šios sąlygos:

a) duomenų valdytojas surinko asmens duomenis iš duomenų subjekto;

b) duomenų subjektas pateikė aiškų sutikimą, kaip tai suprantama reglamentuose (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725, kad jo asmens duomenys būtų tvarkomi konkrečiai politinės reklamos tikslais, ir

c) tie metodai neapima profiliavimo, kaip apibrėžta Reglamento (ES) 2016/679 4 straipsnio 4 punkte ir Reglamento (ES) 2018/1725 3 straipsnio 5 punkte, naudojant specialių kategorijų asmens duomenis, nurodytus Reglamento (ES) 2016/679 9 straipsnio 1 dalyje ir Reglamento (ES) 2018/1725 10 straipsnio 1 dalyje.

2. Politinės reklamos srityje draudžiami atrankiojo adresavimo ar reklamos skelbimo pateikimo metodai, kuriuos taikant tvarkomi duomenų subjekto, kuriam, kaip pakankamai užtikrintai duomenų valdytojo žinoma, trūksta mažiausiai vienų metų iki sueis rinkimų teisės amžius, nustatytas nacionalinėse taisyklėse, asmens duomenys. Šiose dalyse nustatytų pareigų laikymasis neįpareigoja duomenų valdytojo tvarkyti papildomų asmens duomenų siekiant įvertinti, ar duomenų subjektui trūksta vienų metų iki sueis rinkimų teisės amžius.

3. Šis straipsnis netaikomas nė vienos politinės partijos, fondo, asociacijos ar bet kurios kitos ne pelno įstaigos komunikacijai, jų nariams ar buvusiems nariams arba tokiai su jų politine veikla susijusiai komunikacijai, kaip naujienlaiškiai, jei ši komunikacija grindžiama tik abonentiniais duomenimis, taigi griežtai apsiriboja savo nariais, buvusiais nariais ar abonentais, taip pat jų pateiktais asmens duomenimis ir neapima asmens duomenų tvarkymo, siekiant ją adresuoti gavėjams arba kitokiu būdu toliau atrinkti juos ir jų gaunamus pranešimus.

4. Siekdami įgyvendinti reglamentų (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725 reikalavimus dėl aiškaus sutikimo pateikimo, taip pat dėl sutikimo atšaukimo, kai jis buvo duotas, duomenų valdytojai užtikrina, kad:

a) duomenų subjekto nebūtų prašoma duoti sutikimą, jei jis automatizuotu būdu jau nurodė, kad nesutinka, kad duomenys būtų tvarkomi politinės reklamos tikslais, išskyrus atvejus, kai prašymas yra pagrįstas iš esmės pasikeitusiomis aplinkybėmis;

b) duomenų subjektui, kuris nepateikia savo sutikimo, būtų pasiūlyta lygiavertė alternatyva naudotis internetine paslauga negavus politinės reklamos.

19 straipsnis

Papildomi skaidrumo reikalavimai, susiję su atrankiojo adresavimo metodais ir reklamos skelbimo pateikimo metodais internetinės politinės reklamos srityje

1. Internetinės politinės reklamos tikslais naudodami atrankiojo adresavimo arba reklamos skelbimo pateikimo metodus, apimančius asmens duomenų tvarkymą, duomenų valdytojai, be kitų šiame reglamente nustatytų reikalavimų ir reglamentuose (ES) 2016/679 ir (ES) 2018/1725 nustatytų reikalavimų, turi laikytis šių reikalavimų:

a) priima, įgyvendina ir viešai paskelbia vidaus politiką, kurioje aiškiai ir paprasta kalba apibūdinama, kaip tokie metodai naudojami, ir tokią politiką išlaiko septynerius metus nuo paskutinio šių metodų naudojimo atvejo;

b) saugo įrašus apie tokių metodų naudojimą, atitinkamus mechanizmus ir naudojamus parametrus;

c) kartu su nuoroda, jog tai politinės reklamos skelbimas, pateikia papildomą informaciją, kurios reikia, kad suinteresuotasis asmuo galėtų suprasti taikomą logiką ir pagrindinius naudojamų metodų parametrus, įskaitant tai, ar politinės reklamos skelbimo adresavimui ar pateikimui buvo naudojama dirbtinio intelekto sistema, ir visus papildomus analizės metodus, įskaitant šiuos elementus:

   i) konkrečias tikslines gavėjų grupes, įskaitant parametrus, pagal kuriuos nustatomi gavėjai, kuriems platinama reklama;

   ii) asmens duomenų, naudojamų atrankiojo adresavimo metodams arba reklamos skelbimo pateikimo metodams, kategorijas;

   iii) atrankiojo adresavimo tikslus, mechanizmus ir logiką, įskaitant įtraukimo ir neįtraukimo parametrus ir jų pasirinkimo motyvus;

   iv) prasmingą informaciją apie dirbtinio intelekto sistemų naudojimą politinės reklamos atrankiniam adresavimui arba reklamos pateikimui;

   v) politinės reklamos skelbimų platinimo laikotarpį ir asmenų, kuriems platinama politinė reklama, skaičių;

   vi) saitą į a punkte nurodytą politiką arba aiškią nuorodą, kur ją galima lengvai rasti;

d) parengia metinį atrankiųjų metodų arba reklamos skelbimų pateikimo metodų naudojimo rizikos, susijusios su pagrindinėmis teisėmis ir laisvėmis, vidaus vertinimą, kurio rezultatai skelbiami viešai;

e) kartu su politinės reklamos skelbimu, išskyrus atvejus, kai jis įtrauktas į pagal šio reglamento 12 straipsnio 1 dalį reikalaujamą skaidrumo pranešimą, pateikia nuorodą į veiksmingas priemones, padedančias asmenims naudotis savo teisėmis pagal atitinkamai reglamentus (ES) 2016/679 arba (ES) 2018/1725, visų pirma nuorodą į asmenų teises atitinkamai pakeisti asmens duomenis arba atšaukti sutikimą, įskaitant nuorodą į sąsają, leidžiančią pasinaudoti tokiomis teisėmis.

2. Jei duomenų valdytojas ir politinės reklamos skelbėjas yra skirtingi subjektai, duomenų valdytojas užtikrina, kad 1 dalies c ir e punktuose nurodyta informacija būtų perduota politinės reklamos skelbėjui, kad politinės reklamos skelbėjas galėtų vykdyti savo pareigas pagal šį reglamentą. Ta informacija perduodama laiku ir tiksliai, laikantis geriausios praktikos ir pramonės standartų, taikant standartizuotą automatizuotą procesą, kai tai techniškai įmanoma.

3. Politinės reklamos paslaugų teikėjai prireikus duomenų valdytojams perduoda informaciją, kuri yra būtina, kad būtų laikomasi 1 ir 2 dalių.

4. Pagal 1 dalies c ir e punktus ir 2 bei 3 dalis pateiktina informacija perduodama lengvai prieinamu ir, jei techniškai įmanoma, taip pat kompiuterio skaitomu, aiškiai matomu ir patogiu naudoti formatu, be kita ko, vartojant paprastą kalbą.

5. Komisijai pagal 28 straipsnį suteikiami įgaliojimai priimti deleguotuosius aktus, kuriais iš dalies keičiamas šis reglamentas, įtraukiant šio straipsnio 1 dalies sąrašo punktus, atsižvelgiant į technologinę plėtrą, rinkos praktiką, susijusius mokslinius tyrimus, kompetentingų institucijų vykdomos priežiūros pokyčius ir atitinkamas kompetentingų įstaigų paskelbtas gaires.

20 straipsnis

Informacijos apie atrankųjį adresavimą ir internetinės politinės reklamos skelbimų pateikimą perdavimas kitiems suinteresuotiesiems subjektams

Duomenų valdytojai imasi tinkamų priemonių, kad suinteresuotųjų subjektų prašymu pagal 17 straipsnio 2 dalį ir nemokamai būtų perduota 19 straipsnyje nurodyta informacija.

IV SKYRIUS

PRIEŽIŪRA IR VYKDYMO UŽTIKRINIMAS

21 straipsnis

Teisinis atstovas

1. Paslaugų teikėjas, kuris teikia politinės reklamos paslaugas Sąjungoje, bet joje nėra įsisteigęs, raštu paskiria fizinį arba juridinį asmenį savo teisiniu atstovu vienoje iš valstybių narių, kurioje tas teikėjas siūlo savo paslaugas.

Paskirtasis teisinis atstovas užsiregistruoja 4 dalyje nurodytoje valstybės narės, kurioje jis gyvena arba yra įsisteigęs, kompetentingoje institucijoje. Tuo tikslu paslaugų teikėjai tai kompetentingai institucijai pateikia savo teisinio atstovo vardą, pavardę (pavadinimą), pašto adresą, e. pašto adresą ir telefono numerį. Pateikiama informacija turi būti tiksli, prieinama kompiuterio skaitomu formatu ir nuolat atnaujinama.

2. Teisinis atstovas atsako už tai, kad būtų laikomasi pareigų pagal šį reglamentą, ir, nedarant poveikio paslaugų teikėjo atsakomybei ir bet kokiam teismo procesui, kuris galėtų būti pradėtas prieš jį, gali būti laikomas atsakingu už bet kokį šiame reglamente nustatytų pareigų nesilaikymą. Teisinis atstovas yra visų šiame reglamente numatytų pranešimų, kuriais keičiamasi su atitinkamu paslaugų teikėju, adresatas. Bet koks pranešimas tam teisiniam atstovui laikomas pranešimu atstovaujamam paslaugų teikėjui.

3. Paslaugų teikėjai savo teisiniam atstovui suteikia būtinus įgaliojimus ir pakankamus išteklius, kad užtikrintų veiksmingą ir savalaikį bendradarbiavimą su nacionalinėmis kompetentingomis institucijomis ir, kai tinkama, su Komisija, ir užtikrintų, kad būtų laikomasi jų sprendimų.

4. Valstybės narės paskiria vieną nacionalinę kompetentingą instituciją, atsakingą už viešai prieinamų ir kompiuterio skaitomų visų pagal šį reglamentą jų teritorijoje registruotų teisinių atstovų internetinių registrų tvarkymą. Nacionalinė kompetentinga institucija užtikrina, kad tokia informacija būtų lengvai prieinama ir išsami bei reguliariai atnaujinama. Valstybės narės pateikia Komisijai nuorodas į atitinkamas interneto svetaines.

5. Komisija sukuria ir tvarko viešai prieinamą portalą, susiejantį su valstybių narių pagal 4 dalį pateiktomis interneto svetainėmis.

22 straipsnis

Kompetentingos institucijos ir kontaktiniai subjektai

1. Reglamento (ES) 2016/679 51 straipsnyje nurodytos priežiūros institucijos arba Reglamento (ES) 2018/1725 52 straipsnyje nurodytas Europos duomenų apsaugos priežiūros pareigūnas yra kompetentingi stebėti, kaip taikomi šio reglamento 18 ir 19 straipsniai jų atitinkamoje kompetencijos srityje. Reglamento (ES) 2016/679 58 straipsnis ir Reglamento (ES) 2018/1725 58 straipsnis taikomi *mutatis mutandis*. Veiklai, kurią aprėpia šio reglamento 18 ir 19 straipsniai, taikomas Reglamento (ES) 2016/679 VII skyrius.

2. Reglamento (ES) 2016/679 68 straipsnyje nurodyta Europos duomenų apsaugos valdyba savo iniciatyva arba Komisijos prašymu parengia gaires, kad padėtų Reglamente (ES) 2016/679 nurodytoms priežiūros institucijoms įvertinti, kaip laikomasi šio reglamento reikalavimų.

3. Valstybės narės paskiria kompetentingas institucijas prižiūrėti, kaip tarpininkavimo paslaugų teikėjai, kaip apibrėžta Reglamente (ES) 2022/2065, laikosi šio reglamento 7–17 ir 21 straipsniuose nustatytų pareigų, kai taikoma. Pagal Reglamentą (ES) 2022/2065 paskirtos kompetentingos institucijos taip pat gali būti vienos iš kompetentingų institucijų, paskirtų prižiūrėti, ar interneto tarpininkai laikosi šio reglamento 7–17 ir 21 straipsniuose nustatytų pareigų. Reglamento (ES) 2022/2065 49 straipsnyje nurodytas skaitmeninių paslaugų koordinatorius kiekvienoje valstybėje narėje yra atsakingas už tarpininkavimo paslaugų teikėjų, kaip apibrėžta Reglamente (ES) 2022/2065, koordinavimo nacionaliniu lygmeniu užtikrinimą. Reglamento (ES) 2022/2065 49 straipsnis, 58 straipsnio 1–4 dalys ir 60 straipsnio 1 dalis taikomi klausimams, susijusiems su šio reglamento taikymu tarpininkavimo paslaugų teikėjams. Reglamento (ES) 2022/2065 51 straipsnis taikomas *mutatis mutandis*, kiek tai susiję su pagal šią dalį paskirtų kompetentingų institucijų įgaliojimais.

4. Kiekviena valstybė narė paskiria vieną ar kelias kompetentingas institucijas, atsakingas už šio reglamento aspektų, nenurodytų šio straipsnio 1 ir 3 dalyse, taikymą ir vykdymo užtikrinimą. Tos kompetentingos institucijos gali skirtis nuo nurodytųjų šio straipsnio 1 ir 3 dalyse ir gali būti tos pačios, kaip nurodyta Direktyvos 2010/13/ES 30 straipsnyje. Kiekviena pagal šią dalį paskirta kompetentinga institucija struktūriškai turi būti visiškai nepriklausoma nei nuo sektoriaus, nei nuo jokios išorinės intervencijos ar politinio spaudimo. Veikdama visiškai nepriklausomai, ji atlieka veiksmingą stebėseną ir imasi būtinų ir proporcingų priemonių šio reglamento priežiūrai, laikymuisi ir vykdymui užtikrinti.

5. 4 dalyje nurodytos kompetentingos institucijos, vykdydamos savo užduotis, susijusiais su šiuo reglamentu, yra įgaliotos:

a) prašyti, visų pirma atitinkamo užsakovo ar politinės reklamos paslaugų teikėjų, leisti susipažinti su duomenimis, dokumentais ar bet kokia būtina informacija, kurią kompetentingos institucijos naudotų tik stebėsenos ir vertinimo, kaip laikomasi šio reglamento, tikslais, laikydamosi atitinkamų teisės aktų dėl asmens duomenų ir konfidencialios informacijos apsaugos;

b) pateikti įspėjimus politinės reklamos paslaugų teikėjams, jei jie nesilaiko šiame reglamente nustatytų pareigų;

c) nurodyti nutraukti pažeidimus ir reikalauti, kad užsakovai ar politinės reklamos paslaugų teikėjai imtųsi priemonių, kurios būtinos, kad būtų laikomasi šio reglamento;

d) skirti arba prašyti, kad teisminė institucija skirtų atitinkamai baudas ar finansines nuobaudas arba kitas finansines priemones;

e) kai tinkama, skirti periodinę baudą arba prašyti, kad tai padarytų jų valstybės narės teisminė institucija;

f) kai tinkama, skirti taisomąsias priemones, kurios būtų proporcingos pažeidimui ir būtinos, kad jis būtų veiksmingai nutrauktas, arba prašyti, kad tai padarytų jų valstybės narės teisminė institucija;

g) paskelbti pareiškimą, kuriame būtų nurodytas už šiame reglamente nustatytos pareigos pažeidimą atsakingas (-i) juridinis (-iai) ir fizinis (-iai) asmuo (-ys) ir to pažeidimo pobūdis;

h) atlikti patikrinimus arba prašyti, kad teisminė institucija nurodytų arba duotų leidimą atlikti patikrinimus bet kokiose patalpose, kurias politinės reklamos paslaugų teikėjai naudoja su jų komercine veikla, verslu, amatu ar profesija susijusiais tikslais, arba prašyti, kad tai padarytų kitos valdžios institucijos, siekiant ištirti, paimti ar gauti bet kokios formos bet kokioje laikmenoje saugomą informaciją arba gauti jos kopijas ar ištraukas.

6. Valstybės narės užtikrina, kad jų nacionalinės kompetentingos institucijos turėtų visas būtinas priemones savo užduotims pagal šį reglamentą vykdyti, įskaitant pakankamus techninius, finansinius ir žmogiškuosius išteklius, kad galėtų tinkamai prižiūrėti, kaip užsakovai ir politinės reklamos paslaugų teikėjai laikosi reikalavimų, neviršydami savo kompetencijos pagal šį reglamentą.

7. Valstybės narės užtikrina veiksmingą ir struktūrinį visų 1–4 dalyse nurodytų atitinkamų institucijų bendradarbiavimą ir veiksmų koordinavimą nacionaliniu lygmeniu, kad būtų sudarytos palankesnės sąlygos greitai ir saugiai keistis informacija klausimais, susijusiais su jų priežiūros ir vykdymo užtikrinimo užduočių ir įgaliojimų vykdymu pagal šį reglamentą, be kita ko, pranešant apie nustatytus pažeidimus, kurie yra aktualūs kitoms institucijoms, dalijantis išvadomis ir ekspertinėmis žiniomis ir palaikant ryšius atitinkamų taisyklių taikymo ir vykdymo užtikrinimo klausimais.

8. Valstybių narių pagal 9 dalies antrą pastraipą paskirti nacionaliniai kontaktiniai subjektai periodiškai Sąjungos lygmeniu susitinka nacionalinių kontaktinių subjektų tinklo susitikimuose. Nacionalinių kontaktinių subjektų tinklas atlieka reguliarių informacijos, geriausios praktikos mainų ir struktūrinio nacionalinių kontaktinių subjektų ir Komisijos bendradarbiavimo visais šio reglamento aspektais platformos funkciją. Visų pirma nacionalinių kontaktinių subjektų tinklas palengvina bendradarbiavimą Sąjungos lygmeniu, susijusį su šio reglamento taikymu ir vykdymo užtikrinimu, ir sudaro palankesnes sąlygas, bendradarbiaujant su atitinkamais suinteresuotaisiais subjektais, parengti gaires, skirtas padėti politinės reklamos paslaugų užsakovams ir teikėjams laikytis šio reglamento reikalavimų. Nacionalinių kontaktinių subjektų tinklas susitinka ne rečiau kaip du kartus per metus ir prireikus deramai pagrįstu Komisijos arba vienos iš valstybių narių prašymu. Jis glaudžiai bendradarbiauja su Europos bendradarbiavimo rinkimų klausimais tinklu, Europos audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų reguliuotojų grupe ir kitais atitinkamais tinklais ar įstaigomis, kad būtų sudarytos palankesnės sąlygos greitai ir saugiai keistis informacija klausimais, susijusiais su šio reglamento priežiūra ir vykdymo užtikrinimu. Komisija dalyvauja Nacionalinių kontaktinių subjektų tinklo posėdžiuose ir teikia administracinę paramą.

9. Jeigu valstybė narė paskiria daugiau kaip vieną kompetentingą instituciją, ji užtikrina, kad būtų aiškiai apibrėžtos atitinkamos tų institucijų užduotys ir kad jos glaudžiai ir veiksmingai bendradarbiautų vykdydamos savo užduotis.

Visų šio reglamento aspektų tikslais kiekviena valstybė narė paskiria vieną kompetentingą instituciją Sąjungos lygmens nacionaliniu kontaktiniu subjektu.

Nacionaliniai kontaktiniai subjektai remia ir palengvina veiksmingą nacionalinių kompetentingų institucijų bendradarbiavimą tarpusavyje ir su kitų valstybių narių nacionaliniais kontaktiniais subjektais. Valstybės narės viešai paskelbia savo nacionalinių kontaktinių subjektų kontaktinius duomenis. Atitinkamos valstybės narės, kai aktualu, pateikia nacionalinių kontaktinių subjektų tinklui kitų kompetentingų institucijų pavadinimus ir praneša apie jų atitinkamas užduotis.

23 straipsnis

Tarpvalstybinis bendradarbiavimas

1. Tai, kaip politinės reklamos paslaugų teikėjai ir užsakovai laikosi šio reglamento, priskiriama valstybės narės, kurioje paslaugų teikėjas yra įsisteigęs, kompetencijai. Jei paslaugų teikėjas yra įsisteigęs daugiau nei vienoje valstybėje narėje, laikoma, kad jis priklauso valstybės narės, kurioje yra jo pagrindinė buveinė, jurisdikcijai.

2. Nedarant poveikio 22 straipsnio 1 ir 2 dalims ir šio straipsnio 1 daliai, visų valstybių narių kompetentingos institucijos prireikus bendradarbiauja ir viena kitai padeda.

3. Kompetentinga institucija, gavusi kitos kompetentingos institucijos pagrįstą prašymą, nepagrįstai nedelsdama ir ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo prašymo gavimo dienos kitai kompetentingai institucijai suteikia pagalbą, kad 22 straipsnio 5 dalyje nurodytos priežiūros ar vykdymo užtikrinimo priemonės galėtų būti įgyvendinamos veiksmingai, efektyviai ir nuosekliai. Kompetentinga institucija, gavusi kitos valstybės narės kompetentingos institucijos pagrįstą prašymą suteikti informaciją per 22 straipsnio 9 dalyje nurodytus nacionalinius kontaktinius subjektus, nepagrįstai nedelsdama ir ne vėliau kaip per 14 dienų nuo prašymo gavimo dienos pateikia tai kompetentingai institucijai reikiamą informaciją. Tais atvejais, kai reikia papildomo tyrimo arba informacijos iš kelių kompetentingų institucijų, tas terminas gali būti pratęstas iki vieno mėnesio.

4. Jeigu valstybės narės nacionalinė kompetentinga institucija turi pagrindo įtarti, kad jos teritorijoje buvo pažeistas šis reglamentas, ji apie tai praneša teikėjo pagrindinės buveinės kompetentingai institucijai ir prireikus paprašo jos įvertinti šį klausimą ir imtis būtinų tyrimo ir vykdymo užtikrinimo priemonių, nurodytų 7 dalyje.

5. Pagal 4 dalį teikiamas pranešimas turi būti pagrįstas, tinkamai motyvuotas ir proporcingas, ir jame pateikta bent:

a) informacija, pagal kurią galima nustatyti užsakovą arba politinės reklamos paslaugų teikėją;

b) atitinkamų faktų aprašymas, atitinkamos šio reglamento nuostatos ir priežastys, dėl kurių pranešusi kompetentinga institucija įtaria šio reglamento pažeidimą, įskaitant, kai aktualu, aplinkybių, kurios leidžia įvertinti 25 straipsnio 4 dalyje nustatytus kriterijus, aprašymą;

c) informacija apie tai, kur galima rasti atitinkamą politinės reklamos skelbimą arba jo kopiją;

d) visa kita informacija, kurią pranešusi kompetentinga institucija laiko svarbia, įskaitant, kai tinkama, jos pačios iniciatyva surinktą informaciją.

6. Jeigu pagrindinės buveinės kompetentinga institucija neturi pakankamai informacijos, kad galėtų imtis veiksmų dėl pagal 4 dalį gauto pranešimo, ji gali paprašyti pranešimą pateikusios kompetentingos institucijos suteikti papildomos informacijos. Gavusi tokį prašymą, kompetentinga institucija nepagrįstai nedelsdama pateikia prašomą informaciją.

7 dalyje nustatytas laikotarpis sustabdomas, kol bus pateikta papildoma informacija.

7. Pagrindinės buveinės kompetentinga institucija nepagrįstai nedelsdama ir ne vėliau kaip per vieną mėnesį nuo 4 dalyje nurodyto pranešimo arba, kai taikytina, 6 dalyje nurodytos informacijos gavimo dienos perduoda pranešimą pateikusiai kompetentingai institucijai ir nacionalinių kontaktinių subjektų tinklui savo vertinimą dėl įtariamo pažeidimo ir informaciją apie tyrimo arba vykdymo užtikrinimo priemones, kurių imtasi arba ketinama imtis, kad būtų užtikrintas šio reglamento laikymasis.

8. Kai įtariamo pažeidimo tyrimas yra susijęs su politinės reklamos paslaugų teikimu vienoje ar daugiau valstybių narių, kuriose politinės reklamos paslaugų teikėjas neturi pagrindinės buveinės, pagrindinės buveinės kompetentinga institucija gali pradėti bendrą tyrimą, kuriame dalyvautų tų valstybių narių kompetentinga institucija ar institucijos, ir jam vadovauti:

a) savo iniciatyva ir gavusi kompetentingos institucijos ar institucijų sutikimą arba

b) gavusi kitos kompetentingos institucijos ar institucijų prašymą, remiantis jos pagrįstu įtarimu, kad pagrindinės buveinės valstybėje narėje įsisteigusio politinės reklamos paslaugų teikėjo teikiamos politinės reklamos paslaugos pažeidė šį reglamentą arba padarė didelį poveikį prašymą pateikusios kompetentingos institucijos ar institucijų teritorijoje esantiems asmenims.

9. 8 dalies tikslais kompetentinga institucija, prašanti pradėti bendrą tyrimą, pateikia kitai kompetentingai institucijai ar institucijoms 5 dalyje nurodytą informaciją. Jei kompetentinga institucija nusprendžia nedalyvauti bendrame tyrime, ji pateikia kitai kompetentingai institucijai ar institucijoms pagrįstą paaiškinimą tuo klausimu.

10. Vykdydamos bendrą tyrimą, kompetentingos institucijos sąžiningai bendradarbiauja ir naudojasi savo tyrimo įgaliojimais, kai to reikia įtariamo pažeidimo tyrimo tikslais. Bendrą tyrimą vykdančios kompetentingos institucijos informuoja viena kitą apie visas atitinkamas vykdymo užtikrinimo priemones, kurias jos inicijuoja arba ketina inicijuoti.

24 straipsnis

Teisė pateikti skundą

Nedarant poveikio kitoms administracinėms procedūroms ar teisminėms teisių gynimo priemonėms, kompetentingos institucijos tinkamai nagrinėja kiekvieną pranešimą apie galimą šio reglamento pažeidimą ir, gavusios prašymą, informuoja pranešimą pateikusį asmenį ar subjektą apie tolesnius veiksmus. Paskutinį mėnesį prieš rinkimus ar referendumus visi gauti pranešimai, susiję su tais rinkimais ar referendumais, turi būti išnagrinėti nepagrįstai nedelsiant.

Kompetentingos institucijos skundus, kurie priklauso kitos kompetentingos institucijos kitoje valstybėje narėje kompetencijai, nepagrįstai nedelsdamos perduoda tai kompetentingai institucijai.

25 straipsnis

Sankcijos

1. Valstybės narės nustato taisykles dėl sankcijų ar kitų reikiamų priemonių, taikomų už 5–17, 20 ir 21 straipsnių pažeidimus užsakovams ar politinės reklamos paslaugų teikėjams, ir imasi visų būtinų priemonių užtikrinti, kad jos būtų laiku įgyvendinamos.

Numatytos sankcijos turi būti veiksmingos, proporcingos ir atgrasomos. Nustatydamos taisykles dėl sankcijų valstybės narės atsižvelgia į spaudos laisvę ir saviraiškos laisvę kitose medijose reglamentuojančias taisykles ir žurnalistų profesiją reglamentuojančias taisykles ar kodeksus.

2. Didžiausia piniginės nuobaudos suma, kuri gali būti skirta, turi būti grindžiama subjekto, kuriam taikomos sankcijos, ekonominiu pajėgumu, ir yra tokia:

a) 6 % užsakovo arba politinės reklamos paslaugų teikėjo metinių pajamų arba biudžeto, priklausomai nuo to, kas taikytina ir kuri suma yra didesnė, arba

b) 6 % užsakovo arba politinės reklamos paslaugų teikėjo metinės pasaulinės apyvartos praėjusiais finansiniais metais.

3. Valstybės narės ne vėliau kaip 2026 m. sausio 10 d. praneša apie tas taisykles ir tas priemones Komisijai ir nedelsdamos jai praneša apie visus vėlesnius joms įtakos turinčius pakeitimus.

4. Priimant sprendimą dėl sankcijos rūšies ir dydžio, kiekvienu atskiru atveju, be kita ko, tinkamai atsižvelgiama į:

a) pažeidimo pobūdį, sunkumą, pasikartojimą ir trukmę;

b) tai, ar pažeidimas padarytas tyčia, ar dėl aplaidumo;

c) bet kokius veiksmus, kurių imtasi bet kokiai žalai sumažinti;

d) visus susijusius ankstesnius pažeidimus ir kitas su konkrečiu atveju susijusias sunkinančias ar lengvinančias aplinkybes;

e) bendradarbiavimo su kompetentinga valdžios institucija lygį, ir

f) subjekto, kuriam taikomos sankcijos, dydį ir ekonominį pajėgumą, kai taikoma.

5. 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 ir 18 straipsnių pažeidimai laikomi ypač sunkiais, kai jie susiję su politine reklama, publikuojama arba platinama paskutinį mėnesį prieš rinkimus ar referendumą ir skirta piliečiams valstybėje narėje, kurioje organizuojami atitinkami rinkimai ar referendumas. Valstybės narės taip pat gali skirti periodines pinigines nuobaudas, kad priverstų užsakovus, politinės reklamos paslaugų teikėjus ir politinės reklamos skelbėjus liautis šiurkščiai ir nuolat pažeidinėjus šį reglamentą.

6. Už šio reglamento 18 ir 19 straipsniuose nustatytų pareigų pažeidimus Reglamento (ES) 2016/679 51 straipsnyje nurodytos priežiūros institucijos gali neviršydamos savo kompetencijos pagal Reglamento (ES) 2016/679 83 straipsnį skirti baudas, neviršijančias to reglamento 83 straipsnio 5 dalyje nurodytos sumos.

7. Už šio reglamento 18 ir 19 straipsniuose nustatytų pareigų pažeidimus Europos duomenų apsaugos priežiūros pareigūnas, nurodytas Reglamento (ES) 2018/1725 52 straipsnyje, gali neviršydamas savo kompetencijos pagal Reglamento (ES) 2018/1725 66 straipsnį skirti baudas, neviršijančias to reglamento 66 straipsnio 3 dalyje nurodytos sumos.

8. Valstybės narės kasmet teikia ataskaitas Komisijai apie sankcijas, pritaikytas siekiant užtikrinti šio reglamento nuostatų vykdymą, visų pirma apie pritaikytų sankcijų rūšį ir baudų bei piniginių nuobaudų sumas. Komisija atsižvelgia į šią informaciją rengdama ataskaitą, kurios reikalaujama pagal 27 straipsnį.

26 straipsnis

Rinkimų ir referendumų datų skelbimas

1. Valstybės narės savo rinkimų ir referendumų ir, kai taikytina, savo rinkimų laikotarpių datas skelbia lengvai prieinamoje vietoje ir kartu pateikia atitinkamą nuorodą į šį reglamentą.

2. Komisija sukuria portalą, per kurį valstybės narės iš karto po paskelbimo pateikia savo rinkimų, referendumų ir, kai taikytina, rinkimų laikotarpių datas. Portalas turi būti viešai prieinamas.

V SKYRIUS

BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

27 straipsnis

Vertinimas ir peržiūra

Per dvejus metus nuo kiekvienų rinkimų į Europos Parlamentą Komisija pateikia Europos Parlamentui ir Tarybai šio reglamento vertinimo ir peržiūros ataskaitą. Ta ataskaita skelbiama viešai ir joje įvertinama, ar šį reglamentą reikia iš dalies keisti, visų pirma kiek tai susiję su:

a) šio reglamento taikymo sritimi ir politinės reklamos apibrėžtimi, remiantis 3 straipsnio 2 punktu;

b) šio reglamento veiksmingumu, kiek tai susiję su konkrečiais politinės reklamos būdais;

c) skaidrumo priemonių, visų pirma deklaracijų ir mechanizmų, skirtų reklamos paslaugos ar reklamos politiniam pobūdžiui nustatyti, veiksmingumu, kaip nustatyta 7 ir 8 straipsniuose;

d) taisyklių, kuriomis ribojamas asmens duomenų tvarkymas atrankiojo adresavimo ir reklamos skelbimo metodų tikslais, veiksmingumu;

e) priežiūros ir vykdymo užtikrinimo struktūros veiksmingumu, taip pat valstybių narių taikomų sankcijų rūšimi ir dydžiu;

f) šio reglamento poveikiu žiniasklaidos subjektams, kurie pagal Direktyvos 2013/34/ES 3 straipsnio 1, 2 ir 3 dalis laikomi labai mažomis, mažosiomis ir vidutinėmis įmonėmis;

g) šio reglamento veiksmingumu atsižvelgiant į technologines, mokslines ir kitas naujoves;

h) šio reglamento sąveika su 2 straipsnio 3 dalyje nurodytais Sąjungos teisės aktais;

i) pažanga, padaryta kuriant Europos saugyklą, ir jos tolesniu veikimu.

28 straipsnis

Įgaliojimų delegavimas

1. Įgaliojimai priimti deleguotuosius aktus Komisijai suteikiami šiame straipsnyje nustatytomis sąlygomis.

2. 12 straipsnio 6 dalyje ir 19 straipsnio 5 dalyje nurodyti įgaliojimai priimti deleguotuosius aktus Komisijai suteikiami ketverių metų laikotarpiui nuo 2024 m. balandžio 9 d. Likus ne mažiau kaip devyniems mėnesiams iki ketverių metų laikotarpio pabaigos Komisija parengia naudojimosi deleguotaisiais įgaliojimais ataskaitą. Deleguotieji įgaliojimai savaime pratęsiami tokios pačios trukmės laikotarpiams, išskyrus atvejus, kai Europos Parlamentas arba Taryba pareiškia prieštaravimų dėl tokio pratęsimo likus ne mažiau kaip trims mėnesiams iki kiekvieno laikotarpio pabaigos.

3. Europos Parlamentas arba Taryba gali bet kada atšaukti 12 straipsnio 6 dalyje ir 19 straipsnio 8 dalyje nurodytus deleguotuosius įgaliojimus. Sprendimu dėl įgaliojimų atšaukimo nutraukiami tame sprendime nurodyti įgaliojimai priimti deleguotuosius aktus. Sprendimas įsigalioja kitą dieną po jo paskelbimo *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje* arba vėlesnę jame nurodytą dieną. Jis nedaro poveikio jau galiojančių deleguotųjų aktų galiojimui.

4. Prieš priimdama deleguotąjį aktą Komisija konsultuojasi su kiekvienos valstybės narės paskirtais ekspertais vadovaudamasi 2016 m. balandžio 13 d. Tarpinstituciniame susitarime dėl geresnės teisėkūros nustatytais principais.

5. Apie priimtą deleguotąjį aktą Komisija nedelsdama vienu metu praneša Europos Parlamentui ir Tarybai.

6. Pagal 12 straipsnio 6 dalį arba 19 straipsnio 5 dalį priimtas deleguotasis aktas įsigalioja tik tuo atveju, jeigu per du mėnesius nuo pranešimo Europos Parlamentui ir Tarybai apie šį aktą dienos nei Europos Parlamentas, nei Taryba nepareiškia prieštaravimų arba jeigu dar nepasibaigus šiam laikotarpiui ir Europos Parlamentas, ir Taryba praneša Komisijai, kad prieštaravimų nereikš. Europos Parlamento arba Tarybos iniciatyva šis laikotarpis pratęsiamas dviem mėnesiais.

29 straipsnis

Komiteto procedūra

1. Komisijai padeda komitetas. Tas komitetas – tai komitetas, kaip tai suprantama Reglamente (ES) Nr. 182/2011.

2. Kai daroma nuoroda į šią dalį, taikomas Reglamento (ES) Nr. 182/2011 5 straipsnis.

30 straipsnis

Įsigaliojimas ir taikymas

1. Šis reglamentas įsigalioja dvidešimtą dieną po jo paskelbimo *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje*.

2. Jis taikomas nuo 2025 m. spalio 10 d. Tačiau šio reglamento taikymo srityje 3 straipsnis ir 5 straipsnio 1 dalis taikomi nuo jo įsigaliojimo dienos.

Šis reglamentas privalomas visas ir tiesiogiai taikomas visose valstybėse narėse.

Priimta Strasbūre 2024 m. kovo 13 d.

Europos Parlamento vardu	*Tarybos vardu*
Pirmininkė	*Pirmininkė*
R. METSOLA	H. LAHBIB