Uradni list
Evropske unije

SL
Serija L

2024/900

20.3.2024

UREDBA (EU) 2024/900 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA

z dne 13. marca 2024

o preglednosti in ciljanju v političnem oglaševanju

(Besedilo velja za EGP)

EVROPSKI PARLAMENT IN SVET EVROPSKE UNIJE STA –

ob upoštevanju Pogodbe o delovanju Evropske unije in zlasti členov 16 in 114 Pogodbe,

ob upoštevanju predloga Evropske komisije,

po posredovanju osnutka zakonodajnega akta nacionalnim parlamentom,

ob upoštevanju mnenja Evropskega ekonomsko-socialnega odbora ([1]),

ob upoštevanju mnenja Odbora regij ([2]),

v skladu z rednim zakonodajnim postopkom ([3]),

ob upoštevanju naslednjega:

(1) Ponudba političnega oglaševanja in povpraševanje po njem se povečujeta in postajata vedno bolj čezmejna. S to dejavnostjo je povezano veliko in vedno večje število raznovrstnih storitev, kot so politične svetovalne službe, oglaševalske agencije, platforme za oglaševalsko tehnologijo, družbe za odnose z javnostmi, vplivneži ter različni podatkovni analitiki in posredniki. Oblike političnega oglaševanja so lahko zelo raznolike, vključno s plačano vsebino, sponzoriranimi rezultati iskanja, plačanimi ciljanimi sporočili, promocijami pri razvrščanju, promocijo izdelka ali osebe, vključeno v vsebino, kot je promocijsko umeščanje izdelkov, ter oglaševanje z vplivneži in drugimi vrstami podpore. Povezane dejavnosti lahko vključujejo na primer razširjanje političnega oglaševanja na zahtevo sponzorja ali objavo vsebine za plačilo ali druge oblike nadomestil, tudi prejemke v naravi.

(2) Politično oglaševanje se lahko razširja ali objavlja čezmejno prek različnih spletnih in nespletnih sredstev in medijev. Hitro narašča in se lahko razširja ali objavlja prek tradicionalnih nespletnih medijev, kot so časopisi, televizija in radio, vse pogosteje pa tudi prek spletnih platform, spletišč, mobilnih aplikacij, računalniških iger in drugih digitalnih vmesnikov. Za slednje je ne le zelo verjetno, da se bodo ponujali čez mejo, ampak prinašajo tudi nove in težavne regulativne izzive in izzive pri izvrševanju. Uporaba spletnega političnega oglaševanja se močno povečuje, nekatere linearne nespletne oblike političnega oglaševanja, kot sta radio in televizija, pa so na voljo tudi na spletu kot storitve na zahtevo. Kampanje političnega oglaševanja se običajno izvajajo tako, da uporabljajo vrsto različnih medijev in oblik.

(3) Ker se oglaševanje, vključno s političnim oglaševanjem, običajno opravlja za plačilo, ki lahko vključuje prejemke v naravi, pomeni storitveno dejavnost na podlagi člena 57 Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU). Udeleženci konference predstavnikov vlad držav članic so se v izjavi št. 22 v zvezi z invalidi, priloženi k Amsterdamski pogodbi, strinjali, da morajo institucije Unije pri pripravi ukrepov na podlagi člena 114 PDEU upoštevati potrebe invalidov.

(4) Potreba po zagotavljanju preglednosti je legitimen javni cilj, skladen z vrednotami, ki so skupne Uniji in njenim državam članicam na podlagi člena 2 Pogodbe o Evropski uniji (PEU). Državljani včasih s težavo prepoznajo politične oglase in uveljavljajo demokratične pravic na ozaveščen način. Vse večja izpopolnjenost dezinformacij, diverzifikacija akterjev, hiter razvoj novih tehnologij in okrepljeno širjenje manipulacije z informacijami in vmešavanje v naše demokratične volilne in regulativne procese so izjemni izzivi za Unijo in države članice. Politično

([1]) UL C 275, 18.7.2022, str. 66.
([2]) UL C 301, 5.8.2022, str. 102.
([3]) Stališče Evropskega parlamenta z dne 27. februarja 2024 (še ni objavljeno v Uradnem listu) in odločitev Sveta z dne 11. marca 2024.

oglaševanje je lahko dejavnik pri razširjanju dezinformacij, zlasti kadar oglaševanje ne razkriva svoje politične narave, prihaja od sponzorjev zunaj Unije ali so bile zanj uporabljene tehnike ciljanja ali tehnike prikazovanja oglasov. Visoka raven preglednosti je med drugim potrebna v podporo odprti in pošteni politični razpravi in političnim kampanjam ter svobodnim in poštenim volitvam ali referendumom, ter za boj proti manipulaciji z informacijami in vmešavanju ter nezakonitemu vmešavanju, tudi iz tretjih držav. Preglednost političnega oglaševanja prispeva k temu, da volivci in posamezniki na splošno bolje razumejo, kdaj jim je prikazan politični oglas, v čigavem imenu je bil oglas pripravljen ter kako in zakaj ponudnik storitev oglaševanja nanje cilja, kar jim omogoča bolj ozaveščene odločitve. Medijsko pismenost bi bilo treba podpirati zato, da bi posameznikom pomagali, da kar najbolje izkoristijo preglednost političnega oglaševanja.

(5) Namen te uredbe je zagotoviti, da se pri političnem oglaševanju dosledno spoštujejo temeljne pravice.

(6) V okviru političnega oglaševanja se pogosto uporabljajo tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja oglasov na podlagi obdelave osebnih podatkov, vključno z zaznanimi in izpeljanimi osebnimi podatki, kot so podatki, ki razkrivajo politična mnenja, in druge posebne kategorije podatkov. Tehnike ciljanja bi bilo treba razumeti kot tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino oziroma za njeno izključitev, običajno s prilagojeno vsebino, na podlagi obdelave osebnih podatkov. Tehnike prikazovanja oglasov bi bilo treba razumeti kot širok nabor tehnik optimizacije, ki temeljijo na avtomatizirani obdelavi osebnih podatkov za višjo stopnjo razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa. Izdajatelji političnega oglaševanja in zlasti zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta ([4]) lahko te tehnike uporabljajo, da ciljanemu občinstvu prikazujejo politične oglase na podlagi osebnih podatkov in vsebine oglasov. Prikazovanje oglasov s tovrstnimi tehnikami vključuje uporabo algoritmov, ki so trenutno za posameznike nepregledni, zaradi česar se lahko razlikuje od pričakovanj sponzorjev ali ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev. Glede na moč in možnosti zlorabe osebnih podatkov s ciljanjem, tudi z mikrociljanjem in drugimi naprednimi tehnikami, lahko take tehnike predstavljajo posebno grožnjo legitimnim javnim interesom, kot so poštenost, enake možnosti in preglednost v volilnem procesu ter temeljne pravice do svobode izražanja, zasebnosti in varstva osebnih podatkov ter do enake obravnave in nediskriminacije in pravice do obveščenosti na objektiven, pregleden in pluralističen način.

(7) Politično oglaševanje je v državah članicah trenutno različno urejeno, te ureditve pa se pogosto osredotočajo na tradicionalne oblike medijev. V zvezi s tem obstajajo posebne omejitve, tudi za čezmejno opravljanje storitev političnega oglaševanja, ki vplivajo na izvajanje čezmejnih in vseevropskih političnih kampanj. Nekatere države članice ponudnikom storitev iz Unije, ki imajo sedež v drugih državah članicah, v volilnih obdobjih prepovedujejo opravljanje storitev politične narave ali s političnim namenom. Obenem najverjetneje obstajajo vrzeli in praznine v nacionalnem pravu nekaterih držav članic, zaradi česar se politično oglaševanje včasih razširja brez upoštevanja ustreznih nacionalnih pravil, kar lahko ogroža ureditev preglednosti političnega oglaševanja.

(8) Za zagotovitev večje preglednosti političnega oglaševanja, tudi v odziv na pomisleke državljanov, so nekatere države članice že proučile dodatne ukrepe za preglednost političnega oglaševanja in v podporo pošteni politični razpravi ter svobodnim in poštenim volitvam ali referendumom oziroma o takih ukrepih razmišljajo. Ti nacionalni ukrepi se zlasti proučujejo za politično oglaševanje, ki se objavlja in razširja na spletu, in lahko vključujejo nadaljnje omejitve. Ukrepi segajo od mehkih do zavezujočih in vključujejo različne elemente preglednosti.

([4]) Uredba (EU) 2022/2065 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 19. oktobra 2022 o enotnem trgu digitalnih storitev in spremembi Direktive 2000/31/ES (Akt o digitalnih storitvah) (UL L 277, 27.10.2022, str. 1).

(9) To povzroča razdrobljenost notranjega trga, zmanjšuje pravno varnost za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki pripravljajo, oddajajo v razširjanje, promovirajo, izdajajo, prikazujejo ali razširjajo politične oglase, ustvarja ovire za prosti pretok povezanih storitev, izkrivlja konkurenco na notranjem trgu, tudi med ponudniki nespletnih in spletnih storitev, ter od ponudnikov ustreznih storitev zahteva zapletena prizadevanja za zagotavljanje skladnosti in dodatne stroške.

(10) Te okoliščine ponudnike storitev političnega oglaševanja verjetno odvračajo od opravljanja storitev političnega oglaševanja v čezmejnih primerih. To še posebej velja za mikro, mala in srednja podjetja, ki pogosto nimajo sredstev, da bi pokrila visoke stroške zagotavljanja skladnosti, povezane s pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanjem, prikazovanjem ali razširjanjem političnega oglaševanja v več kot eni državi članici, ali da bi te stroške prenesla na stranke. To omejuje razpoložljivost storitev in negativno vpliva na možnosti ponudnikov storitev za uvajanje inovacij in ponujanje večmedijskih in večnacionalnih kampanj na notranjem trgu.

(11) Zato bi bilo treba pri opravljanju storitev političnega oglaševanja zagotoviti dosledno in visoko raven preglednosti političnega oglaševanja po vsej Uniji ter preprečiti razlike, ki ovirajo prosti pretok s tem povezanih storitev na notranjem trgu, in sicer z določitvijo harmoniziranih pravil za opravljanje storitev političnega oglaševanja, vključno z obveznostmi glede preglednosti in povezanimi obveznostmi glede potrebne skrbnosti, za sponzorje in ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki bodo zagotavljale enotno varstvo pravic posameznikov in nadzor na celotnem notranjem trgu na podlagi člena 114 PDEU.

(12) Države članice v svojem nacionalnem pravu ne bi smele ohranjati ali vanj uvajati določb o preglednosti političnega oglaševanja, ki se razlikujejo od določb iz te uredbe, predvsem strožjih ali manj strogih določb, ki bi privedle do drugačne ravni preglednosti političnega oglaševanja. Popolna harmonizacija obveznosti glede preglednosti in povezanih obveznosti glede potrebne skrbnosti v zvezi s političnim oglaševanjem povečuje pravno varnost in zmanjšuje razdrobljenost obveznosti, ki jih morajo izpolnjevati ponudniki storitev v okviru političnega oglaševanja.

(13) Popolna harmonizacija obveznosti glede preglednosti in povezanih obveznosti glede potrebne skrbnosti ne bi smela posegati v svobodo ponudnikov storitev političnega oglaševanja, da prostovoljno zagotovijo dodatne informacije o političnem oglaševanju v okviru svobode izražanja in obveščanja, zaščitene na podlagi člena 11 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah (v nadaljnjem besedilu: Listina).

(14) Ta uredba je omejena na harmonizacijo pravil o obveznostih glede preglednosti in povezanih obveznostih glede potrebne skrbnosti za opravljanje storitev političnega oglaševanja ter uporabo tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov ter pravil za njihov nadzor in izvrševanje. Ne bi smela vplivati niti na vsebino političnih oglasov niti na pravila Unije ali držav članic, ki urejajo vidike, povezane s političnim oglaševanjem, razen tistih, ki so zajeti s to uredbo. Ta uredba zato ne spreminja pravil, ki urejajo izvajanje in financiranje političnih kampanj, vključno s splošnimi prepovedmi ali omejitvami političnega oglaševanja v določenih obdobjih, tj. tako imenovanih obdobjih volilnega molka, donacijami posameznih donatorjev kampanje ali prepovedmi glede uporabe komercialnega oglaševanja za namene volilne kampanje. Prav tako ta uredba ne bi smela vplivati zlasti na temeljni pravici do svobode mnenja in govora.

(15) Pri uporabi in izvrševanju te uredbe bi bilo treba v skladu z načelom sorazmernosti upoštevati posebne potrebe mikro, malih in srednjih podjetij. Pojem mikro, mala in srednja podjetja bi bilo treba razumeti kot podjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU Evropskega parlamenta in Sveta ([5]).

([5]) Direktiva 2013/34/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 26. junija 2013 o letnih računovodskih izkazih, konsolidiranih računovodskih izkazih in povezanih poročilih nekaterih vrst podjetij, spremembi Direktive 2006/43/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi direktiv Sveta 78/660/EGS in 83/349/EGS (UL L 182, 29.6.2013, str. 19).

(16) Ta uredba bi morala zagotoviti harmonizirane obveznosti glede preglednosti in povezanih obveznosti glede potrebne skrbnosti za gospodarske subjekte, ki ponujajo politično oglaševanje in povezane storitve, tj. dejavnosti, ki se običajno opravljajo za plačilo, kar lahko vključuje prejemke v naravi. Te storitve vključujejo zlasti pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, prikazovanje in razširjanje političnih oglasov. Pravila te uredbe, ki zagotavljajo visoko raven preglednosti storitev političnega oglaševanja, temeljijo na členu 114 PDEU. Ta uredba bi morala prav tako obravnavati uporabo tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov v kontekstu promocije, izdajanja, prikazovanja ali razširjanja političnega oglaševanja, ki temeljijo na obdelavi osebnih podatkov. Pravila te uredbe, ki obravnavajo tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja oglasov, temeljijo na členu 16 PDEU. Politično oglaševanje, usmerjeno na posameznike v državi članici, bi moralo vključevati oglaševanje, ki ga v celoti pripravijo, oddajo v razširjanje, promovirajo, izdajo, prikazujejo ali razširjajo ponudniki storitev s sedežem zunaj Unije, vendar se razširja posameznikom v Uniji. Pri ugotavljanju, ali je politični oglas usmerjen na posameznike v državi članici, bi bilo treba upoštevati dejavnike, ki ga povezujejo s to državo članico, vključno z jezikom, kontekstom, ciljem oglasa in sredstvi njegovega razširjanja.

(17) Pri uporabi te uredbe bi bilo treba upoštevati posebnosti medija za izdajo ali razširjanje političnega oglasa, zlasti zaradi prilagoditve načinov za televizijo, radio in časopise, odvisno od primera, v skladu s pravom Unije.

(18) Opozoriti je treba, da za čezmejno opravljanje storitev oglaševanja na notranjem trgu velja načelo nediskriminacije. To med drugim pomeni, da se dostop prejemnika do storitve, ki je na voljo javnosti, ne sme omejevati samo na podlagi državljanstva, bivališča ali sedeža prejemnika. Zato ponudnikom storitev političnega oglaševanja ne bi smelo biti dovoljeno, da diskriminirajo sponzorje, ki prebivajo ali imajo zakonit sedež v Uniji, na podlagi njihovega bivališča ali sedeža, razen kadar je različno obravnavanje upravičeno in sorazmerno v skladu s pravom Unije. Nediskriminatorni dostop do storitev čezmejnega političnega oglaševanja je bistvenega pomena za prejemnike teh storitev, in sicer da lahko izkoristijo vse prednosti notranjega trga v tem sektorju. Nediskriminatoren dostop do storitev čezmejnega političnega oglaševanja je še posebej pomemben za evropske politične stranke, glede na njihovo vlogo pri oblikovanju evropske politične zavesti in izražanju volje državljanov Unije, kot je določeno v členu 10(4) PEU in členu 12(2) Listine, ter njihov evropski pravni status na podlagi Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014 Evropskega parlamenta in Sveta ([6]).

Ponudnikom storitev političnega oglaševanja ne bi smelo biti dovoljeno, da neupravičeno omejujejo svobodo evropskih političnih strank do prejemanja čezmejnih storitev političnega oglaševanja, saj to ovira izvedbo učinkovitih političnih kampanj po vsej Uniji, s čimer se evropskim političnim strankam otežuje izpolnjevanje vloge, ki jim je dodeljena s Pogodbama. Zato ponudniki storitev političnega oglaševanja ne bi smeli zanikati, ovirati ali zmanjšati privlačnosti svojih storitev za evropsko politično stranko samo na podlagi njenega sedeža, vključno z registracijo, ne da bi pri tem izključili možnost različnega obravnavanja na podlagi utemeljenih objektivnih razlogov. Podobno velja za politične skupine v Evropskem parlamentu, ki so ustanovljene v skladu z njegovim poslovnikom in opravljajo svoje naloge v okviru dejavnosti Unije. Klavzula o nediskriminaciji iz te uredbe ne določa in na noben način ne vpliva na pravni status evropskih političnih strank ali političnih skupin v Evropskem parlamentu, saj se omejuje na obravnavanje njihovega položaja sponzorjev.

(19) Znano je, da vmešavanje nekaterih subjektov iz tretjih držav ali državljanov tretjih držav, ki lahko sponzorirajo politično oglaševanje v Uniji, v volitve resno ogroža demokracijo, ki je skupna vrednota Unije in katere zagotavljanje je temeljnega pomena za Unijo in njene države članice. Zato so nekatere države članice že uvedle ali razmišljajo o različnih omejitvah za subjekte iz tretjih držav ali državljane tretjih držav pri financiranju v okviru volitev. Te heterogene regulativne razmere, ki se bodo verjetno poslabšale zaradi prevladujočih napetih mednarodnih razmer, ustvarjajo ovire za ponudnike storitev političnega oglaševanja, da bi lahko delovali na trgih

([6]) Uredba (EU, Euratom) št. 1141/2014 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 22. oktobra 2014 o statutu in financiranju evropskih političnih strank in evropskih političnih fundacij (UL L 317, 4.11.2014, str. 1).

različnih držav članic. To heterogeno regulativno stanje bi bilo zato treba približati skupnemu minimalnemu standardu. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali v treh mesecih pred volitvami ali referendumom, organiziranim na ravni Unije ali na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni v državi članici, opravljati storitve političnega oglaševanja samo za državljane Unije, državljane tretjih držav, ki stalno prebivajo v Uniji in imajo glasovalno pravico na teh volitvah ali referendumu, ali pravne osebe s sedežem v Uniji, ki niso pod nadzorom subjektov iz tretjih držav. Tveganje vmešavanja v volitve ali referendume v različnih državah članicah in ocene držav članic o tem tveganju se razlikujejo, zato so lahko v različnih državah članicah ustrezna strožja nacionalna pravila, ki določajo zlasti daljša obdobja za omejitev sponzoriranja s strani subjektov iz tretjih držav ali državljanov tretjih držav. Minimalni standard treh mesecev torej državam članicam ne bi smel preprečevati, da določijo strožja nacionalna pravila v skladu s pravom Unije. Kadar se volitve ali referendum razpišejo manj kot tri mesece pred njihovim datumom, se to ne bi smelo razumeti kot podlaga za obveznosti v obdobju pred razpisom volitev ali referendumov.

(20) V boju proti manipulaciji z informacijami in vmešavanju v politično oglaševanje se „spletne platforme“, kot so opredeljene v Uredbi (EU) 2022/2065, tudi s kodeksom ravnanja glede dezinformacij, spodbujajo k oblikovanju in izvajanju prilagojenih politik in drugih ustreznih ukrepov, tudi s sodelovanjem v širših pobudah za demonetizacijo dezinformacij, da se prepreči oddajanje v razširjanje političnega oglaševanja, ki vsebuje dezinformacije.

(21) Za politično oglaševanje ali politični oglas ne obstaja opredelitev na ravni Unije. Potrebna je opredelitev na ravni Unije, da se določi področje uporabe harmoniziranih obveznosti glede preglednosti in povezanih obveznosti glede potrebne skrbnosti ter pravil o uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov. Ta opredelitev bi morala zajemati številne oblike, v katerih se pojavlja politično oglaševanje, ter vsa sredstva in načine izdajanja ali razširjanja v Uniji, ne glede na to, ali se vir nahaja v Uniji ali v tretji državi.

(22) Opredelitev političnega oglaševanja bi morala vključevati oglaševanje, ki ga na kakršen koli način, neposredno ali posredno, pripravi, odda v razširjanje, promovira, izda, prikazuje ali razširja politični akter ali kdo drug v njegovem imenu. Politično oglaševanje je običajno neposredno ali posredno pod nadzorom sponzorja, ki bi lahko bil politični akter in ki bi zlasti lahko določil politično naravo, vsebino ali izdajo političnega oglaševanja, ki se pripravlja, oddaja v razširjanje, promovira, izdaja, prikazuje ali razširja. Včasih lahko na koncu sponzorja nadzoruje drugo podjetje. Ugotavljanje, ali ima subjekt končni nadzor nad sponzorjem, bi moralo temeljiti na pravicah, pogodbah ali drugih sredstvih, ki ločeno ali v kombinaciji in ob upoštevanju ustreznih dejstev ali prava omogočajo izvajanje odločilnega vpliva na podjetje, zlasti z lastništvom, pravico do uporabe vseh ali dela sredstev podjetja, ali pravic ali pogodb, ki imajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali odločitve organov subjekta. Pri ugotavljanju, ali je sporočilo izključno zasebne ali izključno komercialne narave, je treba upoštevati vse pomembne dejavnike, kot so njegova vsebina, sponzor sporočila, jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, vključno z obdobjem razširjanja, cilj sporočila in sredstva, s katerimi se sporočilo pripravi, odda v razširjanje, promovira, izda, prikazuje ali razširja, ter ciljno občinstvo. Sporočila v zvezi z družinskim statusom političnega akterja ali njegovimi poslovnimi dejavnostmi bodo verjetno izključno zasebne oziroma komercialne narave.

(23) Tudi sporočilo, ki ga promovirajo, izdajajo, prikazujejo ali razširjajo drugi akterji in ki lahko vpliva ter je zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek na ravni Unije, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni bi bilo treba šteti za politično oglaševanje. Zakonodajni ali regulativni postopek bi moral vključevati sprejemanje odločitev z zavezujočimi učinki, ki se splošno uporabljajo na ravni Unije, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni. Obstajati bi morala jasna in bistvena povezava med sporočilom in njegovim morebitnim vplivom na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek. Da bi ugotovili obstoj take povezave, bi bilo treba upoštevati vse dejavnike, pomembne v času promocije, izdaje, prikazovanja ali razširjanja sporočila, kot so identiteta sponzorja sporočila, oblika in vsebina sporočila, govorjeni ali

pisni jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, tudi obdobje njegovega razširjanja, npr. volilno obdobje, cilj sporočila in sredstva, s katerimi se je sporočilo promoviralo, izdajalo, prikazovalo ali razširjalo in ciljano občinstvo. Jezik bi bilo treba razumeti tako, da vključuje kateri koli jezik, ki se uporablja v Uniji, vključno z regionalnimi narečji in znakovnim jezikom, pri čemer se uporabljajo katera koli komunikacijska sredstva ali kodifikacija, kot je Braillova pisava in druga sredstva. Namen bi se moral odražati v teh dejavnikih, povezava pa ne bi smela izhajati le retroaktivno iz učinka sporočila.

(24) Politično oglaševanje zajema primer, ko subjekt, ki deluje v svojem imenu (notranje dejavnosti), pripravi, odda v razširjanje, promovira, izda, prikazuje ali razširja sporočilo, ki lahko vpliva in je zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek. Notranje dejavnosti, ki bi jih bilo treba šteti za relevantne izključno za poglavje III te uredbe, bi bilo treba razumeti kot dejavnosti, ki se opravljajo znotraj subjekta in vključujejo ali bistveno prispevajo k pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdaji, prikazovanju ali razširjanju na kakršen koli način sporočila, ki lahko vpliva in je zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek.

(25) Komercialno oglaševanje in prakse trženja lahko dejansko vplivajo na potrošnikovo dojemanje proizvodov in storitev ali na njihovo nakupovalno vedenje, tudi s prepoznavanjem znamk na podlagi ukrepov podjetij na področju njihove družbene odgovornosti, ki ustvarjajo družbeni učinek, ali drugimi vrstami ciljno usmerjenega delovanja. Ta uredba bi se morala uporabljati za komercialno oglaševanje, ki lahko vpliva in je zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali na zakonodajni ali regulativni postopek.

(26) Komisija bi morala pripraviti skupne smernice za učinkovito izvajanje te uredbe in zlasti, da bo sponzorjem ali ponudnikom oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, pomagala pri označevanju in prepoznavanju političnih oglasov ter ponudnikom storitev političnega oglaševanja pomagala pri omogočanju in ustreznem upravljanju teh izjav.

(27) V interesu učinkovitega komuniciranja s splošno javnostjo obveščanje javnosti s strani, za ali v imenu katerega koli javnega organa države članice ali Unije, vključno s člani vlade, na primer s sporočili za javnost ali konferencami, s katerimi se napovedujejo zakonodajne ali regulativne pobude in pojasnjuje politična izbira, na kateri temeljijo take pobude, ne bi smelo pomeniti političnega oglaševanja, če ne more vplivati in ni zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek. Podobno se tudi praktične informacije iz uradnih virov držav članic ali Unije, ki so strogo omejene na organizacijo volitev in referendumov ter o načinih udeležbe na njih, vključno z napovedjo kandidatur ali vprašanjem, o katerem se odloča na referendumu, tudi ne bi smele šteti za politično oglaševanje.

(28) Ta uredba se ne bi smela uporabljati v primerih, kadar je določen javni prostor za predstavitev kandidatov izrecno pravno opredeljen in dodeljen brezplačno, na primer z dodelitvijo prostora za takšno predstavitev v občinah in drugih javnih prostorih, ali z določenim oddajnim časom na televiziji, kadar se to izvede pravično in nediskriminatorno ter na podlagi preglednih in objektivnih meril.

(29) Mediji prispevajo k pravilnemu delovanju demokratičnih procesov in imajo ključno vlogo pri svobodi izražanja in obveščanja, še posebej v obdobju tik pred volitvami. Nudijo prostor za javno razpravo in prispevajo k oblikovanju javnega mnenja. Zato ta uredba ne bi smela vplivati na uredniško svobodo medijev. Politična mnenja, izražena v katerem koli mediju pod uredniško odgovornostjo, ne bi smela biti zajeta, razen če tretje osebe za njihovo pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, prikazovanje ali razširjanje posebej plačajo, ali nudijo drugo nadomestilo. Če ponudniki storitev političnega oglaševanja tovrstna politična mnenja naknadno promovirajo, izdajajo ali razširjajo, bi se jih lahko štelo za politično oglaševanje.

(30) Politična mnenja, izražena osebno, so poseben izraz pravice do svobode izražanja in obveščanja. Pri tem ne gre za politično oglaševanje, zato je treba to jasno razlikovati. V ta namen ta uredba ne bi smela zajemati političnih mnenj, izraženih osebno. Opredelitev političnih mnenj, izraženih osebno, bi morala običajno izhajati iz individualnega samoodločanja, vendar se lahko upoštevajo kontekstualni elementi. Pomembni dejavniki bi lahko vključevali, ali je mnenje izdano v imenu drugega subjekta, ali je namen sporočila samopromocija kandidature ali kampanje na volitvah, referendumu ali v zakonodajnem ali regulativnem postopku, če ga izrazi posameznik, ki je na splošno dejaven pri kampanji ali ukrepanju za spremembe na področju političnih ali socialnih vprašanj, in ali se sporočilo razširja nedoločenemu številu oseb. Za politično mnenje se ne bi smelo šteti, da je izraženo v lastnem imenu, če so tretje osebe za to mnenje ali v povezavi z izražanjem tega mnenja plačale, tudi v prejemkih v naravi.

(31) Za namene te uredbe bi bilo treba volitve razumeti kot volitve v Evropski parlament, vse volitve ali referendume, organizirane na nacionalni, regionalni in lokalni ravni v državah članicah, ter volitve za izvolitev vodstva političnih strank. Drugih oblik volitev, kot so strokovno ali zasebno organizirana glasovanja, ta uredba ne bi smela zajemati.

(32) Politični oglas je treba opredeliti kot posamezni primer političnega oglaševanja. Oglasi vključujejo sredstva, s katerimi se oglaševalsko sporočilo posreduje, vključno s tiskom, radiodifuzijskimi mediji, na spletiščih, v spletnih iskalnikih in s pretakanjem ali s storitvami spletnih platform.

(33) Opredelitev političnih akterjev bi morala pomeniti koncepte, opredeljene v pravu Unije in nacionalnem pravu v skladu z mednarodnimi pravnimi instrumenti, kot so instrumenti Sveta Evrope. Opredelitev političnih akterjev bi morala vključevati povezane in odvisne subjekte politične stranke s pravno osebnostjo ali brez nje, ki so bili ustanovljeni, da bi jo podpirali ali uresničevali njene cilje, na primer s sodelovanjem s posebno skupino volivcev, ali za posebne volilne namene.

(34) Opredelitev političnih akterjev bi morala vključevati tudi kandidate za katero koli voljeno funkcijo in člane vlade države članice na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni ali člane institucij Unije, razen Sodišča Evropske unije, Evropske centralne banke in Računskega sodišča.

(35) Opredelitev kampanje političnega oglaševanja bi se morala nanašati na pripravo, oddajo v razširjanje, promoviranje, izdajanje, prikazovanje in razširjanje niza povezanih političnih oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva ali financiranja.

(36) Opredelitev političnega oglaševanja ne bi smela vplivati na nacionalne opredelitve političnih strank, političnih ciljev ali političnih kampanj, ali spreminjati pravil o politični kampanji na nacionalni ravni oziroma posegati vanje.

(37) Opredelitev političnega akterja ne bi smela vplivati na nacionalna pravila o tem, kdo lahko vodi politično kampanjo, od držav članic pa se ne bi smelo zahtevati, da taka pravila sprejmejo.

(38) Da bi se zajel širok nabor relevantnih ponudnikov storitev, povezanih s storitvami političnega oglaševanja, bi bilo treba ponudnike storitev političnega oglaševanja razumeti kot ponudnike, ki sodelujejo v pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdajanju, prikazovanju ali razširjanju političnih oglasov. Ponudniki storitev političnega oglaševanja lahko na primer delujejo v imenu sponzorjev, in sicer tako, da začnejo storitve političnega oglaševanja izvajati v njihovem imenu.

(39) Opredelitev ponudnikov storitev političnega oglaševanja ne bi smela vključevati ponudnikov, ki opravljajo izključno pomožne storitve v zvezi s storitvami političnega oglaševanja. Pomožne storitve so storitve, ki se nudijo poleg političnega oglaševanja in ga dopolnjujejo, ampak nimajo neposrednega vpliva na njegovo vsebino ali predstavitev, niti neposrednega nadzora nad njegovo pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanjem, prikazovanjem ali razširjanjem. Te storitve bi lahko vključevale prevoz, financiranje in naložbe, nakup, prodajo, pripravo in dostavo hrane, trženje, računalniške storitve, čiščenje, vzdrževanje, poštne storitve, tiskanje ter grafično, zvočno ali fotografsko oblikovanje.

(40) Sponzorja bi bilo treba opredeliti kot osebo ali subjekt, v imenu katerega se politični oglas pripravlja, oddaja v razširjanje, promovira, izdaja, prikazuje ali razširja, kot je na primer posamezni kandidat na volitvah, ali politična stranka, in ki je običajno oseba ali subjekt, ki zagotavlja plačilo v zameno za storitve političnega oglaševanja.

(41) Izdajatelje političnega oglaševanja bi bilo treba opredeliti kot ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki so običajno na koncu verige ponudnikov storitev ter izdajajo, prikazujejo ali razširjajo politične oglase prek radia in televizije, jih prek vmesnika dajejo na voljo ali kako drugače dajejo na voljo javnosti.

(42) Ponudniki storitev političnega oglaševanja imajo dolžnosti, ki podpirajo doseganje ciljev te uredbe. Nekateri ponudniki storitev političnega oglaševanja radiodifuzno oddajajo, prek vmesnika dajejo na voljo ali kako drugače dajejo v javnost politično oglaševanje, in lahko na podlagi te vloge poskrbijo, da ga izvajajo v skladu s to uredbo in da omogočajo visok standard preglednosti. Ti ponudniki storitev bi zato morali imeti posebne dolžnosti kot izdajatelji političnega oglaševanja, zato jih je treba opredeliti kot take.

(43) Sponzor bi moral verodostojno izjaviti, ali je zadevno oglaševanje politično oglaševanje, kot je opredeljeno v tej uredbi, in ali lahko deluje kot sponzor v skladu s to uredbo v zadnjih treh mesecih pred volitvami ali referendumom, organiziranim na ravni Unije ali na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni v državi članici. Za točnost takih izjav mora biti odgovoren sponzor. Poleg tega bi moralo biti tudi nadaljnje razširjanje oglaševanja, potem ko je to opredeljeno kot politično oglaševanje, v skladu s povezanimi zahtevami glede preglednosti in potrebne skrbnosti.

(44) Glede na to, da je treba zagotavljati učinkovitost pravil o preglednosti in povezanih zahtev glede potrebne skrbnosti, bi bilo treba s pogodbenimi dogovori, sklenjenimi za opravljanje storitev političnega oglaševanja, poskrbeti, da se informacije, ki jih ponudniki storitev političnega oglaševanja potrebujejo za skladnost s to uredbo, posredujejo v dobri veri ter popolno in točno ter brez nepotrebnega odlašanja. V primeru nepopolne, zastarele ali napačne izjave ali informacij bi morala ta uredba določati dopolnitev, posodobitev ali popravek take izjave ali informacij. To ne bi smelo pomeniti splošne obveznosti za ponudnika storitev političnega oglaševanja, da spremlja resničnost izjav o politični naravi oglasov ali da izvaja pretirane ali drage dejavnosti za ugotavljanje dejstev. Za učinkovito izvajanje zahteve po dopolnjevanju, posodabljanju ali popravljanju takih izjav ali informacij bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja prilagoditi svoje spletne vmesnike, da bi olajšali izpolnjevanje teh obveznosti.

(45) Ponudniki oglaševalskih storitev bi morali izjavo ali informacijo šteti za očitno napačno, če je to razvidno iz vsebine oglasa, identitete sponzorja ali okoliščin, v katerih se zadevna storitev opravlja, brez nadaljnjih preverjanj ali postopkov za ugotavljanje dejstev.

(46) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so tudi zelo velike spletne platforme in zelo veliki spletni iskalniki v smislu Uredbe (EU) 2022/2065, vestno opredelijo, analizirajo in ocenijo morebitna sistemska tveganja, ki jih njihove storitve političnega oglaševanja predstavljajo v okviru ocen tveganja v skladu s členom 34 navedene uredbe, ter uvedejo razumne, sorazmerne in učinkovite blažilne ukrepe za njihovo zmanjšanje v skladu s členom 35 navedene uredbe.

(47) Pravila o preglednosti in povezane zahteve glede potrebne skrbnosti, določene v tej uredbi, bi bilo treba uporabljati samo za storitve političnega oglaševanja, tj. politično oglaševanje, ki se običajno opravi za plačilo, ki lahko vključuje prejemke v naravi. Ta pravila se ne bi smela uporabljati za vsebine, ki jih naloži uporabnik spletne posredniške storitve, kot je spletna platforma, in ki jih spletna posredniška storitev razširja brez plačila za oddajo v razširjanje, izdajanje, prikazovanje ali razširjanje določenega sporočila, razen če je uporabnik za politični oglas prejel plačilo od tretje osebe.

(48) Pravila o preglednosti in povezane zahteve glede potrebne skrbnosti se prav tako ne bi smele uporabljati za deljenje informacij prek elektronskih komunikacijskih storitev, kot so storitve elektronskih sporočil ali telefonski klici, če ni vključena nobena storitev političnega oglaševanja.

(49) Svoboda izražanja in obveščanja, zaščitena s členom 11 Listine, zajema pravico posameznika do političnega mnenja, sprejemanja in širjenja političnih informacij ter izmenjave političnih idej. Vsaka omejitev te svoboščine mora biti v skladu s členom 52 Listine. Ta svoboščina je lahko predmet sprememb in omejitev, če so take spremembe in omejitve potrebne in jih upravičuje zasledovanje legitimnega javnega interesa in če so v skladu s splošnimi načeli prava EU, kot sta sorazmernost in pravna varnost. To med drugim velja, kadar se politične ideje sporočajo prek ponudnikov storitev političnega oglaševanja. Svoboda izražanja in obveščanja je eden od temeljev živahne demokratične razprave.

(50) Ta uredba od držav članic ne bi smela zahtevati, da sprejmejo ukrepe, ki so v nasprotju s temeljnimi načeli svobode izražanja in obveščanja, zlasti svobodo tiska in svobodo izražanja v drugih medijih, kakor izhajajo iz ustavnih tradicij, ali s pravili, ki urejajo pravice in dolžnosti tiska ali drugih medijev in postopkovna jamstva zanje, kadar so ta pravila povezana z določitvijo ali omejitvijo odgovornosti.

(51) Kar zadeva spletne posrednike, se Uredba (EU) 2022/2065 uporablja za politične oglase, ki jih izdajo ali razširjajo spletni posredniki, prek horizontalnih pravil, ki se uporabljajo za vse vrste spletnega oglaševanja, vključno s komercialnimi in političnimi oglasi. Na podlagi opredelitve političnega oglaševanja iz te uredbe je primerno določiti dodatne podrobnosti o zahtevah glede preglednosti za izdajatelje oglasov, ki spadajo na področje uporabe Uredbe (EU) 2022/2065, predvsem za zelo velike spletne platforme. To zadeva zlasti informacije v zvezi s financiranjem političnih oglasov. Zahteve iz te uredbe ne bi smele posegati v Uredbo (EU) 2022/2065.

(52) Priprava, oddaja v razširjanje, promocija, izdajanje, prikazovanje in razširjanje političnih oglasov lahko vključujejo zapleteno verigo ponudnikov storitev političnega oglaševanja. To velja zlasti, kadar izbiro vsebine oglaševanja, izbiro meril ciljanja in prikazovanja oglasov, zagotavljanje podatkov, ki se uporabijo za ciljanje in prikazovanje oglasa, zagotavljanje tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasa ter izdelavo oglasa in njegovo razširjanje nadzorujejo različni ponudniki storitev.

Poleg tega so lahko sponzorji vključeni v različne faze priprave, oddaje v razširjanje, promocije, izdajanja, prikazovanja in razširjanja političnega oglaševanja. Podobno bi lahko upravljavec za namene tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov skupaj z drugimi upravljavci določil namene in sredstva obdelave ali pa bi lahko postopek obdelave v imenu upravljavca izvedel drug subjekt. Glede na sodno prakso Sodišča Evropske unije se lahko skupno upravljanje vzpostavi tudi, kadar ima dostop do določenih osebnih podatkov samo en subjekt. Ponudniki storitev in sponzorji bi se zaradi svojih različnih prispevkov, in sicer opredelitve parametrov ciljanja,

določitve kategorij podatkov in obdelave pri prikazovanju oglasov, redno skupaj odločali o sredstvih in namenih obdelave osebnih podatkov za politično oglaševanje, zato bi se lahko šteli za skupne upravljavce na podlagi člena 26 Uredbe (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta ([7]) ter člena 28 Uredbe (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta ([8]). Zato je treba jasno razdeliti dolžnosti različnih subjektov na podlagi te uredbe.

(53) Kadar zaradi umetne komercialne ali pogodbene konstrukcije obstaja tveganje, da se učinkovitost obveznosti glede preglednosti iz te uredbe zaobide, bi se morale te obveznosti uporabljati za subjekt ali subjekte, ki dejansko zagotavljajo oglaševalsko storitev.

(54) Čeprav ta uredba določa posebne zahteve, se v njej določene obveznosti ne bi smele razumeti, kot da se ponudnikom posredniških storitev nalaga splošna obveznost spremljanja političnih vsebin, ki si jih izmenjujejo fizične ali pravne osebe, ali splošna obveznost, da sprejmejo proaktivne ukrepe v zvezi z nezakonitimi vsebinami, ki jih navedeni ponudniki prenašajo ali shranjujejo.

(55) Ponudnike posredniških storitev se v podporo skladnosti z zahtevami iz te uredbe, predvsem tistimi o uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov v spletnem političnem oglaševanju, spodbuja, naj olajšajo identifikacijo političnega oglaševanja, ki ga uporabniki naložijo ali razširjajo neposredno prek svoje spletne posredniške storitve. Ponudniki posredniških storitev bi lahko na primer uporabnikom dali na voljo učinkovite mehanizme, da bodo označili oglas kot politični.

(56) Preglednost političnega oglaševanja bi morala posameznikom omogočiti, da politični oglas prepoznajo kot tak. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali zagotoviti, da se skupaj z vsakim političnim oglasom objavi jasna izjava, da gre za politični oglas, in druge informacije, kot je identiteta njegovega sponzorja, del katere politične kampanje je, ter ali so bile zanj uporabljene tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja. Kadar je primerno, bi lahko ime sponzorja vključevalo politični logotip. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali zagotoviti, da so politični oglasi pravilno označeni, in uporabljati označevanje, ki je učinkovito, in ki vključuje specifične informacije, vključno z jasno navedbo, kje je mogoče dobiti obvestilo o preglednosti. Na Komisijo bi bilo treba prenesti izvedbena pooblastila za sprejemanje izvedbenih aktov, da bi določila obliko in predlogo oznak ter, da so prilagojene uporabljenemu mediju, pri tem pa upoštevala najnovejši tehnološki in tržni razvoj, ustrezne znanstvene raziskave in primere dobre prakse.

(57) Da bi podprli odgovornost v političnem procesu, bi morale informacije, ki jih je treba navesti v obvestilu o preglednosti, vključevati tudi identiteto sponzorja in po potrebi subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem. Jasno bi bilo treba navesti kraj sedeža sponzorja in ali je sponzor fizična ali pravna oseba. Osebni podatki v zvezi s posamezniki, ki sodelujejo v političnem oglaševanju in niso povezani s sponzorjem ali drugimi vpletenimi političnimi akterji, se v obvestilu o preglednosti ne bi smeli navesti. Obvestilo o preglednosti bi moralo vsebovati tudi informacije o obdobju razširjanja, morebitnih povezanih volitvah, porabljenem znesku in vrednosti drugih koristi, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za določen oglas ter za celotno kampanjo političnega oglaševanja, viru uporabljenega financiranja in druge informacije za zagotovitev poštenega razširjanja političnega oglasa. Informacije o viru uporabljenega financiranja pomenijo na primer navedbo, ali je financiranje javnega ali zasebnega izvora in ali izvira iz Unije ali tretje države. Informacije o povezanih volitvah ali referendumih bi morale po možnosti vključevati povezavo na informacije iz uradnih virov glede organizacije volitev ali referendumov in načinov udeležbe na njih ali za spodbujanje udeležbe na teh volitvah ali referendumih. Kadar se politični oglas ponovno objavi, potem ko je bilo njegovo objavljanje začasno prekinjeno ali ustavljeno zaradi kršitve te uredbe, bi

([7]) Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov) (UL L 119, 4.5.2016, str. 1).

([8]) Uredba (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. oktobra 2018 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov v institucijah, organih, uradih in agencijah Unije in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Uredbe (ES) št. 45/2001 in Sklepa št. 1247/2002/ES (UL L 295, 21.11.2018, str. 39).

bilo treba to navesti v obvestilih o preglednosti, da se zagotovi ustrezna obveščenost posameznikov. Obvestilo o preglednosti bi moralo biti na voljo takoj, ko je oglas objavljen ali razširjen, informacije v njem pa bi se morale posodobljati. Poleg tega bi moralo obvestilo o preglednosti vključevati tudi informacije o tem, kako označiti politične oglase v skladu z mehanizmom, ki ga določa ta uredba. Ta zahteva ne bi smela posegati v določbe o obvestilu na podlagi Uredbe (EU) 2022/2065.

(58) Da bi zagotovili večjo preglednost političnega oglaševanja, je treba v ustreznem obvestilu o preglednosti zbrati in predstaviti informacije o dosegu političnega oglaševanja in interakcijah posameznikov z njim. Doseg sporočila se nanaša na podatke, ki omogočajo količinsko opredelitev geografske porazdelitve in števila posameznikov, ki so videli ali prejeli politično oglaševanje ali kako drugače prišli v stik z njim, vključno s številom ogledov, vtisov in klikov. Interakcija s sporočilom se nanaša na podatke, ki omogočajo količinsko opredelitev stikov posameznikov s spletnim političnim oglaševanjem, ki se merijo na različne načine, vključno s trajanjem interakcije s političnim oglasom. Ustrezni standardi za pripravo obvestil za označevanje in preglednost političnih oglasov bi morali obravnavati količinsko opredelitev dosega in interakcije.

(59) Predstavitev informacij v obvestilu o preglednosti se lahko razlikuje glede na uporabljena sredstva. Za enostaven dostop do informacij v obvestilu o preglednosti v nespletnem oglasu bi lahko uporabili na primer namensko spletno povezavo, hitroodzivno kodo (ali „kodo QR“) ali enakovredne uporabniku prijazne tehnične ukrepe. Zahteva, da morajo biti informacije iz obvestila o preglednosti med drugim jasno opazne, bi morala pomeniti, da so jasno poudarjene v ali ob oglasu. Zahteva, da morajo biti informacije, objavljene v obvestilu o preglednosti, lahko dostopne, strojno berljive, kadar je to tehnično izvedljivo, ter uporabniku prijazne, bi se morala nanašati tudi na potrebe invalidov, in sicer z izpolnjevanjem veljavnih zahtev glede dostopnosti, vključno z dajanjem informacij na voljo prek več kot enega zaznavnega kanala, kadar je to tehnično izvedljivo. Da se omogoči upoštevanje najnovejšega tehnološkega in tržnega razvoja, ustreznih znanstvenih raziskav in primerov dobre prakse ter zagotovi, da so obvestila o preglednosti prilagojena uporabljenemu mediju, bi bilo treba na Komisijo prenesti izvedbena pooblastila za sprejemanje izvedbenih aktov, s katerimi določi njihovo obliko in tehnične specifikacije.

(60) Kadar se politično oglaševanje daje na voljo v elektronski obliki, tudi prek spletnega medija, bi moralo biti tudi priloženo obvestilo o preglednosti na voljo v elektronski in strojno berljivi obliki. Političnemu oglaševanju, ki je na voljo samo prek nespletnega medija, kot so tiskani letaki ali tiskani časopisi, se lahko priložijo obvestila o preglednosti, ki so ravno tako na voljo prek nespletnega medija, tudi v istem tiskanem letaku ali časopisu. Kadar pa je politično oglaševanje na voljo prek nespletnega medija in je obvestilo o preglednosti na voljo v elektronski obliki, bi moralo biti tudi obvestilo o preglednosti v strojno berljivi obliki.

(61) Informacije bi se morale šteti za strojno berljive, če so posredovane v obliki, ki jo lahko programske aplikacije samodejno obdelajo brez človekovega posredovanja, zlasti za namene identifikacije, prepoznavanja in pridobivanja določenih podatkov iz njih.

(62) Obvestila o preglednosti bi morala biti zasnovana tako, da bi pripomogla k ozaveščanju uporabnika in k jasnemu prepoznavanju političnega oglasa kot takega. Zasnovana bi morala biti tako, da se ohranijo oziroma ostanejo dostopna, tudi če se politični oglas razširja naprej, na primer tako, da se objavi na drugi platformi ali da si ga posamezniki posredujejo med seboj. Informacije, navedene v obvestilu o preglednosti, bi bilo treba objaviti ob začetku izdajanja političnih oglasov in objavljene bi morale ostati do konca njihovega izdajanja. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali hraniti svoja obvestila o preglednosti in jih na zahtevo dati na voljo skupaj z morebitnimi spremembami sedem let po zadnji izdaji.

(63) Ker izdajatelji političnega oglaševanja dajejo politične oglase na voljo javnosti, bi morali informacije, vključene v obvestilo o preglednosti, objaviti ali razširjati v javnosti ob izdaji ali razširjanju političnega oglasa. Kadar izdajatelj političnega oglaševanja na kakršen koli način ugotovi, da politični oglas ne izpolnjuje zahtev glede preglednosti na podlagi uredbe, na primer po posamezni prijavi, bi si moral po svojih najboljših močeh prizadevati, da se informacije, zahtevane na podlagi te uredbe, dopolnijo ali popravijo. Kadar informacij ni mogoče dopolniti ali popraviti brez nepotrebnega odlašanja, izdajatelji političnega oglaševanja zadevnega političnega oglasa, ki ne izpolnjuje zahtev glede preglednosti na podlagi uredbe, ne bi smeli dati na voljo oziroma ga ne bi smeli več objavljati ali razširjati. V takih primerih bi morali izdajatelji političnega oglaševanja zadevne ponudnike storitev političnega oglaševanja in po potrebi sponzorja obvestiti o razumnih ukrepih, sprejetih za izpolnitev zahtev na podlagi te uredbe. Izdajatelj bi moral o vsaki odločitvi, sprejeti v zvezi s tem, obvestiti sponzorja ali ponudnika storitev, ki deluje v imenu sponzorja.

(64) Da bi zagotovili objavo informacij o spletnem političnem oglaševanju, ki se zahtevajo na podlagi te uredbe, in učinkovit dostop do njih za vse zainteresirane posameznike, bi morala Komisija vzpostaviti in zagotoviti, neposredno ali s prenosom te odgovornosti na organ upravljanja, upravljanje javnega odložišča vseh spletnih političnih oglasov, evropskega odložišča spletnih političnih oglasov. Za vsak prenos pristojnosti na organ upravljanja bi bilo treba sprejeti potrebne regulativne prilagoditve. Za podpiranje dostopa posameznikov do informacij, tudi za olajšanje dela zainteresiranih akterjev, kot so raziskovalci v njihovi posebni vlogi, ter za podpiranje svobodnih in poštenih volitev ali referendumov ter poštenih volilnih kampanj, vključno s preverjanjem sponzorjev političnega oglasa in analizo okolja političnih oglasov, bi moralo to odložišče vključevati funkcijo, ki za določeno obdobje prek enotnega portala omogoča dostop do spletnega političnega oglaševanja skupaj z informacijami, ki se zahtevajo na podlagi te uredbe. Za podporo izdajateljem političnega oglaševanja, ki niso zelo velike spletne platforme ali zelo veliki spletni iskalniki v smislu Uredbe (EU) 2022/2065, bi moralo to odložišče vključevati storitev gostovanja, ki zagotavlja brezplačno razpoložljivost spletnega političnega oglaševanja in informacij, objavljenih z njim. Ti izdajatelji političnega oglaševanja bi morali v določenem obdobju dajati na voljo potrebne informacije.Izdajatelji političnega oglaševanja in sponzorji bi morali ostati odgovorni za politične oglase in druge informacije, ki so na voljo v evropskem odložišču spletnih političnih oglasov, tudi za njihovo popolnost in točnost ter za zagotavljanje, da se posodabljajo.

Za zagotovitev učinkovitega delovanja evropskega odložišča spletnih političnih oglasov bi bilo treba na Komisijo prenesti izvedbena pooblastila za sprejemanje izvedbenih aktov, s katerimi določi podrobne ureditve za delovanje tega odložišča. Ti izvedbeni akti bi se morali med drugim nanašati na skupno strukturo podatkov in vmesnik za programiranje aplikacije, da se omogoči prenos potrebnih informacij in njihovo pridobivanje iz odložišča, metapodatke za lažjo indeksacijo političnih oglasov s strani spletnih iskalnikov in njihovo vključitev v odložišče ter standardizirane rešitve za avtentikacijo, da se omogoči povezava informacij o preglednosti s političnimi oglasi in avtentikacija različic informacij.

(65) Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali pri izpolnjevanju svojih obveznosti na podlagi te uredbe ustrezno upoštevati temeljne pravice ter druge pravice in legitimne interese. Zlasti bi morali ustrezno upoštevati svobodo izražanja in obveščanja, vključno s svobodo in pluralnostjo medijev.

(66) Poleg tega bi morali izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme ali zelo veliki spletni iskalniki v smislu Uredbe (EU) 2022/2065, zagotoviti, da so informacije iz obvestila o preglednosti za vsak politični oglas na voljo v odložiščih oglasov iz člena 39 navedene uredbe in dostopne prek evropskega odložišča spletnih političnih oglasov. Take informacije bi morale biti na voljo od trenutka objave in bi jih bilo treba posodabljati in zagotavljati v skladu z dogovorjenim panožnim standardom za dostopnost, strukturo podatkov in dostop prek skupnega javno dostopnega vmesnika za programiranje aplikacij.

(67) Kadar je ponudnik storitve političnega oglaševanja, ki gosti ali drugače shranjuje in zagotavlja vsebino političnega oglasa, ločen od ponudnika storitve političnega oglaševanja, ki nadzoruje spletišče ali drug vmesnik, na katerem se politični oglas predstavlja, bi se morala oba ponudnika skupaj šteti kot izdajatelja političnega oglaševanja, pri čemer je vsak od njiju odgovoren za konkretno storitev, ki jo opravlja, tako da se zagotovi, da so oglasi označeni in da so na voljo obvestilo o preglednosti in ustrezne informacije. Njun pogodbeni dogovor bi moral omogočati skladnost s to uredbo.

(68) Informacije o zneskih in vrednosti drugih koristi, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za storitve političnega oglaševanja, lahko koristno prispevajo k politični razpravi. Treba je zagotoviti, da je iz letnih poročil, ki jih pripravijo ustrezni izdajatelji političnega oglaševanja, razviden ustrezen pregled dejavnosti političnega oglaševanja. Da se podpreta nadzor in odgovornost, bi moralo tako poročanje vključevati informacije o izdatkih za ciljanje ali prikazovanje političnega oglaševanja v zadevnem obdobju, združenih glede na kampanjo, ter kot relevantne vključevati informacije, ki jih drugi subjekti posredujejo izdajateljem političnega oglaševanja. Da se prepreči nalaganje nesorazmernih bremen, se navedene obveznosti poročanja o preglednosti ne bi smele uporabljati za mikro, mala ali srednja podjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU.

(69) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki opravljajo storitve političnega oglaševanja, bi morali vzpostaviti mehanizme, s katerimi bi fizičnim ali pravnim osebam omogočili, da jim prijavijo določen oglas, ki so ga izdali in ki ni v skladu s to uredbo. Organizacije civilne družbe, organizacije za človekove pravice in nadzorne organizacije, novinarji in drugi zainteresirani subjekti imajo pri tem ključno vlogo. Mehanizmi za prijavo takih oglasov bi morali biti lahko dostopni in preprosti za uporabo ter bi morali biti prilagojeni obliki oglaševanja, ki ga izdajatelj političnega oglaševanja razširja. Kolikor je mogoče, bi morali biti ti mehanizmi dostopni iz samega oglasa, na primer na spletišču izdajatelja političnega oglaševanja. Po potrebi bi morali izdajatelji političnega oglaševanja uvesti tehnične ukrepe za zagotavljanje minimalnih varnostnih standardov informacijske tehnologije, vključno z ukrepi za preprečevanje samodejnih prijav. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali imeti možnost, da po potrebi uporabijo obstoječe mehanizme. Kadar so na primer izdajatelji političnega oglaševanja ponudniki spletnih storitev gostovanja v smislu Uredbe (EU) 2022/2065, kar zadeva politične oglase, ki se gostijo na zahtevo prejemnikov njihovih storitev, bi morali imeti izdajatelji političnega oglaševanja možnost, da se opirajo na mehanizme prijave in ukrepanja v skladu z navedeno uredbo, za prijave o neskladnosti takih oglasov s to uredbo. Kadar ti mehanizmi niso na voljo, bi morali imeti posamezniki možnost, da tak politični oglas prijavijo neposredno pristojnim organom.

(70) Za dosledno izvajanje mehanizmov, ki omogočajo prijavo potencialno neskladnega političnega oglaševanja, bi morala Komisija pripraviti smernice, zlasti za podporo pripravi ustreznih tehničnih specifikacij za mehanizme, prilagojene avdiovizualnim in tiskanim medijem ter spletnemu in nespletnemu oglaševanju.

(71) Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali prijave, prejete na podlagi te uredbe, skrbno, nepristransko in objektivno preučiti in obravnavati, kot je določeno v tej uredbi. Izdajatelj političnega oglaševanja bi moral potrditi prejem prijave in po potrebi obvestiti fizično ali pravno osebo, ki je podala prijavo, o nadaljnjih korakih v zvezi s prijavo ter zagotoviti informacije o možnostih pravnega varstva v zvezi z oglasom, na katerega se prijava nanaša, kjer je to primerno tudi na podlagi Direktive (EU) 2020/1828 Evropskega parlamenta in Sveta ([9]). Za zagotovitev, da so prizadeti sponzorji in ponudniki storitev političnega oglaševanja seznanjeni z učinkom prijav, bi moral izdajatelj političnega oglaševanja zadevne sponzorje ali ponudnike storitev političnega oglaševanja obvestiti tudi o vseh

([9]) Direktiva (EU) 2020/1828 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. novembra 2020 o zastopniških tožbah za varstvo kolektivnih interesov potrošnikov in razveljavitvi Direktive 2009/22/ES (UL L 409, 4.12.2020, str. 1).

ustreznih ukrepih, sprejetih po prijavi. Za zagotovitev učinkovitega delovanja teh mehanizmov v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom, ki je posebej občutljiv, bi morali izdajatelji političnega oglaševanja, ki se ne uvrščajo med mikro, mala ali srednja podjetja na podlagi člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU, v 48 urah obravnavati prijave, ki jih prejmejo v zvezi z oglasom, povezanim s temi volitvami ali referendumom, če je mogoče prijavo v celoti obravnavati na podlagi informacij, vključenih v prijavo.

(72) Vsak ukrep izdajatelja političnega oglaševanja bi moral biti strogo ciljno usmerjen, tako da bi bil namenjen predvsem popravljanju in dopolnitvi potrebnih informacij in le kot izhod v sili za odstranitev določenih informacij, ki niso v skladu s to uredbo. Pri tem bi moral izdajatelj političnega oglaševanja ustrezno upoštevati svobodo izražanja in obveščanja ter druge temeljne pravice.

(73) Da bi se nekaterim subjektom omogočilo opravljanje njihovih vlog v demokraciji, je primerno določiti pravila o predložitvi informacij, objavljenih skupaj s političnim oglasom ali vsebovanih v obvestilu o preglednosti, zainteresiranim akterjem, kot so preverjeni raziskovalci, novinarji, organizacije civilne družbe in priznani opazovalci volitev, da se podprejo pri izvajanju njihovih vlog v demokratičnem procesu. Od ponudnikov storitev političnega oglaševanja se ne bi smelo zahtevati, da se odzivajo na zahteve, ki so nejasne, pretirane ali se nanašajo na informacije, ki jih nimajo. Poleg tega bi bilo treba zadevnemu ponudniku storitev dovoliti, da v primeru znatnih stroškov zaračuna razumno pristojbino, pri čemer se upoštevajo administrativni stroški zagotavljanja informacij.

(74) Osebni podatki, pridobljeni neposredno od posameznikov ali posredno, kot v primeru zaznanih ali izvedenih podatkov, pri čemer se posamezniki združujejo v skupine glede na njihove domnevne interese ali njihovo dejavnost na spletu, vedenjsko profiliranje in druge analitske tehnike se vse pogosteje uporabljajo za ciljanje političnih sporočil na skupine ali posamezne volivce ali posameznike in za ojačevanje učinka teh sporočil. Na podlagi obdelave osebnih podatkov, zlasti posebnih vrst osebnih podatkov na podlagi uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725, se lahko različne skupine volivcev ali posameznikov segmentirajo in njihove značilnosti ali ranljivosti izkoriščajo, na primer z razširjanjem oglasov ob določenem času in na določenih krajih z namenom, da se izkoristijo okoliščine, zaradi katerih bi lahko bili dovzetnejši za določeno vrsto informacij oziroma sporočil. Taka obdelava osebnih podatkov ima specifične in škodljive posledice za temeljne pravice in svoboščine posameznikov, kot denimo, da se jih obravnava pravično in enakopravno, se z njimi ne manipulira, da prejemajo objektivne informacije, si oblikujejo lastno mnenje, sprejemajo politične odločitve in uveljavljajo svojo volilno pravico. Poleg tega to negativno vpliva na demokratični proces, saj vodi v razdrobljenost javne razprave o pomembnih družbenih temah, selektivno nagovarjanje in navsezadnje v manipulacijo volilnega telesa. Povečuje tudi tveganje širjenja manipuliranja z informacijami in tujega vmešavanja. Zavajajoče ali prikrito politično oglaševanje pomeni tveganje, saj vpliva na osnovne mehanizme, ki omogočajo delovanje naše demokratične družbe. Določiti bi bilo treba dodatne omejitve in pogoje, poleg tistih iz uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725. V tej uredbi določene zahteve glede uporabe tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja, bi morale temeljiti na členu 16 PDEU.

(75) Upravljavci, kot so opredeljeni v členu 4, točka 7, Uredbe (EU) 2016/679, bi morali v skladu s pravom Unije zagotoviti, da na sprejemanje posameznih odločitev ne vplivajo temni vzorci, ki namerno ali dejansko bistveno izkrivljajo ali ovirajo samostojno in informirano odločanje posameznikov, tudi z uporabo vnaprej označenih okenc ter drugimi pristranskimi in nepreglednimi tehnikami, ki posameznike vodijo ali spodbujajo k določenim odločitvam, ki jih sicer morda ne bi sprejeli. Sistematična uporaba temnih vzorcev, nejasne izjave o privolitvi, zavajajoče informacije in premalo časa za preučitev pogojev so pogoste prakse, ki posameznikom otežujejo, da bi v okolju spletne oglaševalske industrije pridobili jasne informacije in nadzor. Pravila, ki preprečujejo uporabo temnih vzorcev, se ne bi smela razumeti, kot da upravljavcem preprečujejo neposredno interakcijo s posamezniki. Vseeno pa upravljavci ne bi smeli od posameznika večkrat zahtevati izbire, kadar je to že opravil, vzpostaviti takšne ureditve, da bi bil preklic privolitve bistveno bolj zapleten od privolitve ali da bi bile nekatere izbire težje ali bolj

zamudne od drugih, pa tudi ne uporabiti privzetih nastavitev, ki jih je zelo težko spreminjati in ki nerazumno vplivajo na odločanje posameznikov na način, ki spodkopava in ovira njihovo avtonomijo, odločanje in izbiranje. Mehanizem za zbiranje odločitev posameznikov bi moral biti jasen in enostaven za uporabo, pri čemer se na posameznikovo odločitev ne bi smelo vplivati z različno vidnostjo alternativ. Informacije, ki se v zvezi s tem dajo na voljo posameznikom, bi morale biti jedrnate in napisane v preprostem in razumljivem jeziku ter zlahka, vidno in neposredno dostopne.

(76) Izdajatelje političnega oglaševanja, ki so ponudniki ali uporabniki tehnik prikazovanja oglasov, bi bilo treba spodbujati k nudenju rešitev, pri katerih se bo pri prikazovanju političnih oglasov čim bolj zmanjšala možnost diskriminacije na podlagi obdelave osebnih podatkov.

(77) Tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja oglasov, ki vključujejo profiliranje na podlagi posebnih vrst osebnih podatkov iz uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725, bi bilo treba v kontekstu spletnega političnega oglaševanja prepovedati. Za uporabo teh tehnik v tem kontekstu bi morala biti možnost uporabe izjem iz člena 9(2) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(2) Uredbe (EU) 2018/1725 izključena. Uporaba tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, ki niso posebne vrste osebnih podatkov, pri spletnem političnem oglaševanju bi morala biti dovoljena le, če bi temeljila na osebnih podatkih, pridobljenih od posameznikov, na katere se osebni podatki nanašajo, in z njihovo izrecno privolitvijo, ki bi jo izrazili posebej za namene političnega oglaševanja. Glede na vlogo političnih strank, fundacij, združenj in drugih neprofitnih organizacij v naši demokraciji tovrstne omejitve ne bi smele vplivati na njihovo zmožnost komuniciranja s svojimi člani in nekdanjimi člani ter razširjanja informacij, na primer z glasili, povezanih z njihovimi političnimi dejavnostmi, kadar to temelji izključno na naročniških podatkih in na osebnih podatkih, ki jih te osebe posredujejo. Uredbi (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 se uporabljata za obdelavo osebnih podatkov, zato bi se morala izrecna privolitev razumeti kot privolitev v smislu navedenih uredb. Tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja oglasov, kadar se uporabljajo pod pogoji iz te uredbe, so lahko koristne pri razširjanju političnega oglaševanja in informacij ter pri nagovarjanju in obveščanju državljanov.

(78) Upravljavci podatkov ne bi smeli uporabljati osebnih podatkov, pridobljenih od tretjih oseb, za namene ciljanja ali prikazovanja oglasov pri političnem oglaševanju. Za preprečevanje manipulativnega mikrociljanja je bistveno, da ponudniki storitev političnega oglaševanja sprejmejo posebne ukrepe ter z njimi poskrbijo, da bodo osebni podatki, ki se zbirajo in obdelujejo za namene ciljanja in prikazovanja oglasov pri političnem oglaševanju, omejeni na to, kar je potrebno za ta namen, na primer tako, da možnosti ciljanja in prikazovanja oglasov pri političnem oglaševanju, ki ga ponujajo prejemnikom storitev, omejijo na tisto, za katero je potrebna kombinacija največ petih kategorij.

(79) Zahteva, da ciljanje ali prikazovanje oglasov pri političnem oglaševanju ne sme temeljiti na profiliranju na podlagi posebnih vrst osebnih podatkov, zajema tudi profiliranje na podlagi posebnih vrst osebnih podatkov, ocenjenih na podlagi osebnih podatkov, ki sami ne spadajo v posebne vrste osebnih podatkov. To bi se na primer lahko zgodilo, če upravljavec podatkov uporabi osebne podatke, ki niso posebne vrste osebnih podatkov, da bi posameznike, na katere se nanašajo osebni podatki, opredelil kot osebe z določenimi verskimi, filozofskimi ali političnimi prepričanji, in ne glede na to, ali je ta kategorizacija resnična. Kako je vrsta podatkov označena, ne bi smelo biti pomembno, če se pri obdelavi osebnih podatkov razkrije posebna vrsta osebnih podatkov. Kadar uporabnik spletnega družbenega omrežja obišče določeno stran ali uporabi aplikacijo ali drugo spletno funkcijo ali storitev, s katero je povezana ena ali več vrst podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679, in po možnosti navede osebne podatke pri registraciji, oddaji spletnega naročila ali drugi obliki interakcije z družbenim omrežjem, bi bilo treba

obdelavo osebnih podatkov s strani upravljavca tega spletnega družbenega omrežja šteti za „obdelavo posebnih vrst osebnih podatkov“ v smislu navedenega člena, ki je načeloma prepovedana, kadar ta obdelava podatkov omogoča razkritje informacij, ki spadajo v eno od teh vrst podatkov, ne glede na to, ali se te informacije nanašajo na uporabnika tega družbenega omrežja ali drugo fizično osebo. To velja ne glede na to, ali je bil posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, v času, ko so bili ti podatki zbrani, seznanjen z namero, da se podatki uporabijo za ciljanje ali prikazovanje oglasov pri političnem oglaševanju.

(80) Privolitev v obdelavo osebnih podatkov se da in prekliče v skladu z uredbama (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725. Taka privolitev bi morala biti dana z jasnim pritrdilnim dejanjem ali izjavo, ki bi potrdila prostovoljno, specifično, informirano in nedvoumno strinjanje posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, z obdelavo osebnih podatkov za namene političnega oglaševanja. Poleg tega bi morala biti privolitev za namene te uredbe izrecna in dana posebej za namene političnega oglaševanja. Za namene te uredbe, zlasti kadar se privolitev v obdelavo osebnih podatkov za ciljanje ali prikazovanje političnih oglasov pridobi med izvajanjem spletne storitve, bi morali upravljavci pridobiti privolitev tako, da posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, ponudijo uporabniku prijazno rešitev, na podlagi katere lahko privolitev poda, spremeni ali prekliče na izrecen, jasen in enostaven način. Upravljavci vmesnikov ne bi smeli načrtovati, organizirati in upravljati na način, ki zavaja, manipulira ali kako drugače bistveno izkrivlja ali ki pri posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, zmanjšuje zmožnost, da izrazi privolitev za ta posebni namen prostovoljno. Za namene te uredbe se zahtevi po pridobitvi privolitve v obdelavo osebnih podatkov ni mogoče izogniti na podlagi ugotovitve, da je posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, te podatke dal na voljo širši javnosti. Preklic privolitve v obdelavo osebnih podatkov za namene ciljanja ali prikazovanja političnih oglasov bi moral biti enako enostaven kot privolitev v to. Za posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, zavrnitev ali preklic privolitve ne bi smela biti težavnejša ali zamudnejša kot privolitev. Spoštovati bi bilo treba elektronske signale, ki izražajo željo posameznika, da ne prejema političnega oglaševanja.

(81) Glede na sodbo Sodišča z dne 4. julija 2023 v zadevi C-252/21 ([10]), Meta Platforms in drugi (Conditions générales d’utilisation d’un réseau social), bi morali imeti posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, možnost, da v kontekstu političnega oglaševanja zavrnejo privolitev v določene postopke obdelave podatkov, ne da bi se morali v celoti odpovedati dostopu do spletne storitve. Kot je razsodilo Sodišče, bi bilo treba tem uporabnikom ponuditi enakovredno alternativno možnost brez tovrstnih postopkov obdelave podatkov.

(82) Zelo mlade osebe so posebej ranljiva skupina, ki jo je mogoče izkoristiti z zlorabo tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov. Čeprav taki posamezniki še nimajo volilne pravice, se lahko nanje posebej cilja zato, da bi vplivali na razpravo. V kontekstu političnega oglaševanja bi bilo treba prepovedati tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov posameznika, za katerega je z razumno gotovostjo znano, da je vsaj eno leto mlajši od volilne starosti, določene z nacionalnimi pravili.

(83) Da bi se v kontekstu spletnega političnega oglaševanja zagotovila večja preglednost in odgovornost pri uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, bi morali upravljavci uvesti dodatne zahteve za preglednost. Med drugim bi bilo treba zahtevati sprejetje politike, ki bi opisala uporabo takih tehnik in glavnih parametrov, vodenje evidenc o njihovi uporabi, letno oceno tveganja uporabe teh tehnik za temeljne pravice in svoboščine ter posredovanje dodatnih informacij, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel razloge za uporabljeno tehniko, skupaj z navedbo, da je oglas politični oglas.

([10]) Sodba Sodišča z dne 4. julija 2023, Meta Platforms in drugi (Conditions générales d’utilisation d’un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

(84) Zahteve glede preglednosti in odgovornosti bi se morale uporabljati za vse upravljavce, ne glede na to, ali upravljavec deluje v svojem imenu, skupaj s ponudnikom storitev političnega oglaševanja ali je hkrati tudi izdajatelj političnega oglaševanja. V primerih, kadar upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj političnega oglaševanja, bi moral upravljavec izdajatelja političnega oglaševanja seznaniti z notranjo politiko in zagotoviti, da se druge informacije, potrebne za skladnost s to uredbo, pravočasno in natančno sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja.

(85) Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali izdajateljem političnega oglaševanja predložiti informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje njihovih obveznosti na podlagi te uredbe. Prenos teh informacij bi se lahko avtomatiziral in vključil v redne delovne postopke na podlagi standardov.

(86) Da bi se posamezniki še bolj opolnomočili za uveljavljanje svojih pravic v zvezi z varstvom podatkov, bi morali izdajatelji političnega oglaševanja zadevnemu posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, predložiti dodatne informacije in učinkovita orodja ter ga tako podpreti pri uveljavljanju pravic, ki izhajajo iz pravnega okvira Unije o varstvu podatkov, vključno s pravico do spremembe osebnih podatkov ali preklica privolitve v primeru, da se s političnim oglasom cilja nanj. Te informacije bi morale biti tudi lahko dostopne neposredno iz obvestila o preglednosti. Orodja, ki se dajo na razpolago posameznikom, da bi lažje uveljavljali pravice, bi morala biti učinkovita pri preprečevanju tega, da se s političnimi oglasi cilja nanje, ter pri preprečevanju ciljanja na podlagi posebnih meril in s strani enega ali več specifičnih upravljavcev.

(87) Informacije, ki se morajo predložiti v skladu z vsemi zahtevami, ki se uporabljajo za uporabo tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov na podlagi te uredbe, bi bilo treba pripraviti v obliki, ki je preprosto dostopna, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisane v preprostem jeziku, ter dostopna za invalide.

(88) Primerno je določiti pravila o predložitvi informacij o ciljanju in prikazovanju oglasov drugim zainteresiranim subjektom. Ureditev, ki se uporablja, bi morala biti skladna z ureditvijo za predložitev informacij, povezanih z zahtevami glede preglednosti.

(89) Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki imajo sedež v tretjih državah in storitve ponujajo v Uniji, bi morali imenovati pooblaščenega pravnega zastopnika v Uniji, registriranega pri pristojnem organu, ki ga določi vsaka država članica, da bi zagotovili učinkovit nadzor te uredbe v zvezi z navedenimi ponudniki. Pravni zastopnik bi lahko bil zastopnik, imenovan na podlagi člena 27 Uredbe (EU) 2016/679, ali pravni zastopnik, imenovan na podlagi člena 13 Uredbe (EU) 2022/2065. Države članice bi morale voditi javno dostopen register vseh pravnih zastopnikov, registriranih na njihovem ozemlju na podlagi te uredbe, Komisija pa bi morala vzpostaviti in voditi javno dostopen portal, ki bi bil povezan s spletišči držav članic. Glede na pomen te zahteve za učinkovito izvrševanje te uredbe v zvezi s ponudniki storitev političnega oglaševanja s sedežem v tretji državi ter za ohranjanje enakih konkurenčnih pogojev za vse ponudnike storitev političnega oglaševanja na notranjem trgu, bi morale države članice v primeru, da ni imenovanega pravnega zastopnika, sprejeti vse ustrezne ukrepe za zagotovitev skladnosti s to uredbo, tudi ukrepe za ustavitev izdajanja ali razširjanja zadevnih političnih oglasov, kadar skladnosti ni mogoče zagotoviti drugače.

(90) Za namene učinkovitega nadzora te uredbe je treba nadzornim organom podeliti pristojnost za spremljanje in izvrševanje ustreznih pravil ter jim zagotoviti potrebne vire za opravljanje nalog na podlagi te uredbe. Glede na pravni sistem posamezne države članice ter v skladu z veljavnim pravom Unije, vključno z uredbama (EU) 2016/679 in (EU) 2022/2065, se lahko v ta namen imenujejo različni nacionalni pravosodni ali upravni organi.

(91) Kar zadeva nadzor spletnih posredniških storitev v na podlagi te uredbe, bi države članice morale v ta namen imenovati pristojne organe in zagotoviti, da je tak nadzor skladen z nalogami pristojnih organov, imenovanih na podlagi člena 49 Uredbe (EU) 2022/2065. Koordinatorji digitalnih storitev v vsaki državi članici, imenovani na podlagi navedene uredbe, bi vsekakor morali biti odgovorni za zagotavljanje usklajenosti na nacionalni ravni glede navedenih zadev in po potrebi v čezmejnih primerih sodelovati z drugimi koordinatorji digitalnih storitev v skladu z mehanizmi iz navedene uredbe. Pri uporabi te uredbe bi moral biti ta mehanizem omejen na nacionalno sodelovanje med koordinatorji digitalnih storitev in ne bi smel vključevati razširitve na raven Unije, kakor je določeno v Uredbi (EU) 2022/2065. Ker ima Komisija izključno pristojnost za nadzor in izvrševanje skladnosti zelo velikih spletnih platform in zelo velikih spletnih iskalnikov v smislu Uredbe (EU) 2022/2065 z obveznostmi iz te uredbe, bi morala oceniti, ali ti akterji izpolnjujejo obveznosti v zvezi z evropskim odložiščem spletnih političnih oglasov.

(92) Za nadzor nad vidiki te uredbe, ki ne spadajo v pristojnost nadzornih organov na podlagi uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725, bi države članice morale imenovati pristojne organe za nadzor in izvrševanje ustreznih pravil. Da bi se podprle temeljne pravice in svoboščine, pravna država, demokratična načela in zaupanje javnosti v nadzor političnega oglaševanja, morajo biti taki organi nepristranski, strukturno neodvisni od zunanjega poseganja ali političnega pritiska ter imeti ustrezna pooblastila za učinkovito spremljanje in sprejemanje ukrepov, potrebnih za zagotavljanje skladnosti s to uredbo, zlasti z zahtevami glede označevanja in preglednosti. Medtem ko lahko države članice imenujejo zlasti nacionalne regulatorne organe ali telesa na podlagi člena 30 Direktive 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta ([11]), bi lahko imenovale tudi druge organe, kot so volilni ali pravosodni organi.

(93) Da bi Komisija nadzornim organom pomagala pri njihovih nalogah, bi morala od Evropskega odbora za varstvo podatkov zahtevati, da za nadzorne organe iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 izda smernice v zvezi z obdelavo posebnih vrst osebnih podatkov za ciljanje ali prikazovanje političnih oglasov, vključno s pogoji za pridobitev privolitve za namen ciljanja ali prikazovanja političnih oglasov, ter v zvezi s sodelovanjem med temi organi in drugimi organi, odgovornimi za uporabo in izvrševanje zahtev iz te uredbe.

(94) Neodvisne nadzorne organe iz Uredbe (EU) 2016/679 bi bilo treba podpreti, da bi v celoti izkoristili svoje pristojnosti iz navedene uredbe, da bi nadzorovali varstvo osebnih podatkov, ki se zagotavlja na podlagi te uredbe, med drugim s postopkom sodelovanja, mehanizmom za skladnost in zlasti z nujnim postopkom. Za politične kampanje je še zlasti pomembno obdobje pred volitvami ali referendumi, saj se takrat vpliva na državljane, da oblikujejo politična mnenja in uveljavljajo svoje volilne pravice. Prav tako se v tem obdobju še posebej poveča pozornost v zvezi s kršitvami veljavnih pravil, saj morajo biti popravni ukrepi uvedeni pred časom glasovanja, če naj bi bili učinkoviti. Zato lahko kršitve pravil, ki se uporabljajo za obdelavo osebnih podatkov za ciljno politično oglaševanje v tem obdobju, še posebej izrazito negativno vplivajo na pravice državljanov, tudi na njihovo svobodo oblikovanja mnenj brez neupravičenega vpliva in svobodo obveščanja. Da bi zagotovili hitro ukrepanje za zaščito pravic in svoboščin posameznikov v kritičnem obdobju pred glasovanjem med volitvami, bi morali organi za varstvo podatkov poskrbeti, da bodo lahko hitro ukrepali in uveljavili pravice zadevnih posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki. V ta namen bi morali organi za varstvo podatkov uporabiti vrsto orodij iz Uredbe (EU) 2016/679 za medsebojno sodelovanje in pomoč, po potrebi tudi nujni postopek iz člena 66 navedene uredbe.

([11]) Direktiva 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (UL L 95, 15.4.2010, str. 1).

(95) Čeprav pristojni organi, odgovorni za uporabo te uredbe, pri ravnanju ne smejo odstopati od odločitev nadzornih organov, odgovornih za uporabo Uredbe (EU) 2016/679, iz člena 51 navedene uredbe, bi ti pristojni organi morda morali oceniti, ali je politično oglaševanje v skladu z navedeno uredbo za namene te uredbe. Na podlagi člena 4(3) PEU ti pristojni organi in navedeni nadzorni organi med seboj lojalno sodelujejo ter spoštujejo svoja pooblastila in pristojnosti, da bi se uredbi usklajeno uporabljali.

(96) Kadar že obstajajo pravila na podlagi prava Unije glede zagotavljanja informacij pristojnim organom ter sodelovanja med temi organi in z njimi, kot je člen 9 Uredbe (EU) 2022/2065 ali pravila iz Uredbe (EU) 2016/679, bi se navedena pravila morala smiselno uporabljati za ustrezne določbe iz te uredbe.

(97) V podporo učinkoviti uporabi, nadzoru in izvrševanju določb te uredbe ter brez poseganja v uredbe (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 in (EU) 2022/2065 je treba določiti, kateri pristojni organ bi moral biti odgovoren, kadar se storitve političnega oglaševanja zagotavljajo v več kot eni državi članici ali kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja opravlja svoje glavne dejavnosti zunaj države članice, v kateri se nahaja njegov glavni sedež ali imenovani pravni zastopnik. Kadar ponudnik storitev zagotavlja storitve političnega oglaševanja v več kot eni državi članici, bi moral biti za učinkovito uporabo, nadzor in izvrševanje določb te uredbe običajno odgovoren pristojni organ ali organi države članice, v kateri je glavni sedež ponudnika storitev političnega oglaševanja. Pri določanju, kje ima ponudnik storitev političnega oglaševanja glavni sedež, bi morali pristojni organi upoštevati, kje ima ponudnik glavno upravo ali statutarni sedež, na katerem se izvajajo glavne finančne funkcije in operativni nadzor.

(98) Pristojni organi vseh držav članic bi morali pri izvajanju svojih nadzornih in izvršilnih pooblastil po potrebi sodelovati in si medsebojno pomagati. Če domnevna kršitev te uredbe zadeva le pristojni organ ali organe države članice, v kateri ponudnik storitev političnega oglaševanja nima glavnega sedeža, bi moral ta pristojni organ ali organi o tem uradno obvestiti pristojni organ glavnega sedeža, ki bi moral zadevo ustrezno oceniti in, kakor je ustrezno, sprejeti potrebne preiskovalne in izvršilne ukrepe.

(99) Da bi se še olajšala učinkovita uporaba in izvrševanje te uredbe v primeru izvajanja čezmejnih storitev, kadar se preiskava domnevne kršitve te uredbe nanaša na opravljanje storitev političnega oglaševanja v eni ali več državah članicah, v katerih ponudnik nima glavnega sedeža, bi bilo treba omogočiti, da pristojni organ države članice, v kateri je glavni sedež, začne in vodi skupno preiskavo s sodelovanjem zadevnega pristojnega organa ali organov.

(100) Organi, pristojni za nadzor te uredbe, bi morali med seboj sodelovati na ravni Unije in na nacionalni ravni ter pri tem čim bolje izkoristiti obstoječe strukture, vključno z nacionalnimi mrežami za sodelovanje, evropsko mrežo za volilno sodelovanje iz Priporočila Komisije z dne 12. septembra 2018 o mrežah za volilno sodelovanje, spletni preglednosti, zaščiti pred kibernetskimi incidenti in boju proti dezinformacijskim kampanjam v zvezi z volitvami v Evropski parlament, Evropskim odborom za digitalne storitve, ustanovljenim na podlagi Uredbe (EU) 2022/2065, in skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve, ustanovljeno na podlagi Direktive 2010/13/EU, kakor je ustrezno. Tako sodelovanje bi moralo omogočiti hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog na podlagi te uredbe, vključno s skupnim ugotavljanjem kršitev, izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja ter povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.

(101) Za učinkovito in strukturirano sodelovanje med vsemi pristojnimi organi pri vseh vidikih te uredbe bi se morale nacionalne kontaktne točke, ki jih imenujejo države članice, redno sestajati na ravni Unije, in sicer v mreži nacionalnih kontaktnih točk. Za poglobitev sodelovanja ter boljšo izmenjavo informacij in primerov prakse na ravni Unije bi morala ta mreža tesno sodelovati z evropsko mrežo za volilno sodelovanje, skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve in drugimi ustreznimi mrežami ali telesi.

(102) Z namenom olajšanja učinkovite uporabe obveznosti, določenih v tej uredbi, je treba nacionalne organe pooblastiti, da lahko od ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo ustrezne informacije o preglednosti političnega oglaševanja. Informacije, ki se predložijo pristojnim organom, bi lahko zadevale kampanjo oglaševanja, lahko bi bile združene po letih ali bi zadevale specifične oglase. Da se zagotovi uspešno in učinkovito odzivanje na zahteve po takih informacijah ter da se prepreči izpostavljanje ponudnikov storitev političnega oglaševanja nesorazmernim bremenom, je treba za take zahteve določiti nekatere pogoje. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi se morali zlasti v interesu pravočasnega nadzora nad volilnim procesom hitro in v določenem roku odzivati na zahteve pristojnih organov. Šteti bi bilo treba, da v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom kršitev teh obveznosti negativno in izrazito vpliva na pravice državljanov, zato bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja zahtevane informacije zagotoviti v krajšem roku. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki se štejejo za mikro ali mala podjetja na podlagi člena 3(1) in (2) Direktive 2013/34/EU, bi morali zahtevane informacije zagotoviti brez nepotrebnega odlašanja in po možnosti pred datumom volitev ali referenduma. V interesu pravne varnosti in v skladu s pravico do obrambe bi morale zahteve pristojnih organov po predložitvi informacij vsebovati ustrezno obrazložitev in informacije o razpoložljivih pravnih sredstvih.

Dopušča se, da se obrazložitev ne zahteva, kadar bi razkritje razlogov za zahtevo po predložitvi informacij očitno ogrozilo preprečevanje, odkrivanje, preiskovanje in pregon kaznivih dejanj ali hujših prekrškov. Resnost prekrška, na podlagi katerega se tovrstna izjema uporabi, bi bilo treba določiti ne le z upoštevanjem zneska globe ali kazni, ki se lahko naloži na podlagi te uredbe, temveč tudi negativnih posledic, ki bi jih lahko to imelo na volitve ali referendum, zakonodajni ali regulativni postopek. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali določiti kontaktne točke za stike s pristojnimi organi. Take kontaktne točke bi lahko bile elektronske. Iz ustaljene sodne prakse Sodišča Evropske unije izhaja, da je varstvo fizičnih in pravnih oseb pred samovoljnimi ali nesorazmernimi posegi javnih organov na področje zasebne dejavnosti teh oseb splošno načelo prava Unije. Na to varstvo se oseba lahko sklicuje kot na pravico, zagotovljeno s pravom Unije, za namene prvega odstavka člena 47 Listine, če pred sodiščem izpodbija akt, ki nanjo negativno vpliva, na primer odredbo o predložitvi informacij ali sankcijo, naloženo zaradi nespoštovanja te odredbe.

(103) Države članice bi morale enega od pristojnih organov imenovati za nacionalno kontaktno točko na ravni Unije za namene te uredbe. Če je mogoče, bi morala kontaktna točka biti članica evropske mreže za volilno sodelovanje. Nacionalna kontaktna točka bi morala olajšati sodelovanje med pristojnimi organi držav članic pri njihovih nalogah nadzora in izvrševanja, zlasti s posredovanjem pri nacionalnih kontaktnih točkah v drugih državah članicah in pri drugih pristojnih organih v svoji državi članici.

(104) Organi držav članic bi morali zagotoviti, da se kršitve obveznosti iz te uredbe s strani sponzorjev ali ponudnikov političnega oglaševanja kaznujejo z globami ali denarnimi kaznimi ali po potrebi z drugimi sredstvi, tudi s periodičnimi denarnimi kaznimi. Pri teh globah in kaznih bi bilo treba upoštevati naravo, resnost, ponavljanje in trajanje kršitve glede na zadevni javni interes, obseg in vrsto izvedenih dejavnosti ter, kadar je ustrezno, velikost in ekonomsko zmožnost kršitelja. Poleg tega bi morali organi držav članic pri teh globah in kaznih upoštevati, ali zadevni sponzor ali ponudnik storitev političnega oglaševanja sistematično oziroma pogosto ne izpolnjuje teh obveznosti, tudi z odlašanjem predložitve informacij zainteresiranim subjektom, ter kadar je ustrezno, ali je ponudnik storitev političnega oglaševanja dejaven v več državah članicah. Sankcije bi morale biti v vsakem

posameznem primeru učinkovite, sorazmerne in odvračilne, pri tem pa bi bilo treba ustrezno upoštevati zadostne in dostopne postopkovne zaščitne ukrepe ter zlasti to, da mora politična razprava ostati odprta in dostopna. Nekatere obveznosti imajo ključno vlogo pri učinkovitem uresničevanju ciljev te uredbe, kršitve teh obveznosti pa bi bilo treba obravnavati kot posebej resne.

(105) Posameznikom ali subjektom bi moralo biti omogočeno, da pri pristojnih organih vložijo pritožbe, v katerih bi jih obvestili o okoliščinah, ki bi lahko pomenile kršitev te uredbe. Opozoriti je treba, da se lahko v tem okviru uporabljajo tudi drugi upravni postopki, določeni v pravu Unije. Posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, imajo na primer pravico vložiti pritožbo pri nadzornih organih, imenovanih na podlagi Uredbe (EU) 2016/679, v zvezi s kršitvami, ki zadevajo obdelavo njihovih osebnih podatkov. Poleg tega lahko posamezniki ali subjekti pri koordinatorjih digitalnih storitev, imenovanih na podlagi Uredbe (EU) 2022/2065, vložijo pritožbo zoper ponudnike posredniških storitev zaradi domnevnih kršitev navedene uredbe. Brez poseganja v te postopke ali druge razpoložljive upravne postopke ali pravna sredstva bi morali pristojni organi te pritožbe obravnavati in med drugim pritožnika obvestiti o nadaljnjih ukrepih v zvezi s pritožbo. Kadar je pristojni organ obveščen o pritožbi, ki spada v pristojnost pristojnega organa v drugi državi članici, bi moral pritožbo brez nepotrebnega odlašanja posredovati temu organu.

(106) Za izvajanje pooblastil, ki jih imajo nadzorni organi na podlagi te uredbe, bi morali veljati ustrezni postopkovni zaščitni ukrepi v skladu s pravom Unije in nacionalnim pravom, vključno z učinkovitimi pravnimi sredstvi in ustreznim pravnim postopkom.

(107) Da bi ponudnike storitev in druge zainteresirane subjekte podprli pri izpolnjevanju obveznosti te uredbe, bi jim bilo treba pravočasno in v lahko dostopni obliki zagotoviti informacije o datumih nacionalnih volitev in referendumov. Države članice bi zato morale objaviti datume svojih volitev in referendumov ter po potrebi datume svojih volilnih obdobij. Te informacije bi morale biti lahko dostopne in pravočasne. Države članice bi morale te informacije javno objaviti tudi prek portala, ki ga da na voljo Komisija, takoj po objavi teh datumov.

(108) Da bi podprli učinkovito izvajanje te uredbe s strani pristojnih nacionalnih organov, se Komisijo spodbuja, naj po potrebi pripravi smernice za prepoznavanje političnega oglaševanja in uporabo sankcij.

(109) Za doseganje ciljev te uredbe bi bilo treba na Komisijo prenesti pooblastilo, da v skladu s členom 290 PDEU sprejme akte v zvezi z informacijami, ki morajo biti vključene v obvestilu o preglednosti, in v zvezi z informacijami o uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov. Zlasti je pomembno, da se Komisija pri svojem pripravljalnem delu ustrezno posvetuje, vključno na ravni strokovnjakov, in da se ta posvetovanja izvedejo v skladu z načeli, določenimi v Medinstitucionalnem sporazumu z dne 13. aprila 2016 ([12]) o boljši pripravi zakonodaje. Za zagotovitev enakopravnega sodelovanja pri pripravi delegiranih aktov Evropski parlament in Svet zlasti prejmeta vse dokumente sočasno s strokovnjaki iz držav članic, njuni strokovnjaki pa se sistematično lahko udeležujejo sestankov strokovnih skupin Komisije, ki zadevajo pripravo delegiranih aktov.

(110) Za zagotovitev enotnih pogojev izvajanja te uredbe, bilo treba na Komisijo prenesti izvedbena pooblastila. Ta pooblastila bi bilo treba izvajati v skladu z Uredbo (EU) št. 182/2011 Evropskega parlamenta in Sveta ([13]).

([12]) UL L 123, 12.5.2016, str. 1.

([13]) Uredba (EU) št. 182/2011 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 16. februarja 2011 o določitvi splošnih pravil in načel, na podlagi katerih države članice nadzirajo izvajanje izvedbenih pooblastil Komisije (UL L 55, 28.2.2011, str. 13).

(111) Komisija bi morala predložiti javno poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament. Komisija bi morala pri pripravi navedenega poročila upoštevati tudi izvajanje te uredbe v kontekstu drugih volitev in referendumov, ki se odvijajo v Uniji.

(112) Ker ciljev te uredbe, in sicer prispevanja k pravilnemu delovanju notranjega trga za politično oglaševanje in z njim povezanih storitev ter določitve pravil o uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov v kontekstu izdajanja in razširjanja političnega oglaševanja, države članice ne morejo zadovoljivo doseči, temveč se lažje dosežejo na ravni Unije, lahko Unija sprejme ukrepe v skladu z načelom subsidiarnosti iz člena 5 PEU. V skladu z načelom sorazmernosti iz navedenega člena ta uredba ne presega tistega, kar je potrebno za doseganje navedenih ciljev.

(113) Ta uredba ne posega v pravila iz direktiv 2000/31/ES ([14]), 2002/58/ES ([15]), 2005/29/ES ([16]), 2006/114/ES ([17]), 2006/123/ES ([18]), 2010/13/EU in 2011/83/EU ([19]) ter Uredbe (EU) 2019/1150 Evropskega parlamenta in Sveta ([20]) in Uredbe (EU) 2022/2065, vključno s pravili o odgovornosti ponudnikov posredniških storitev iz členov 4, 5, 6 in 8 zadnje navedene uredbe. Ta uredba bi morala dopolniti pravni red Unije na področju varstva podatkov, zlasti uredbi (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 ter Direktivo 2002/58/ES.

(114) V skladu s členom 42(1) Uredbe (EU) 2018/1725 je bilo opravljeno posvetovanje z Evropskim nadzornikom za varstvo podatkov, ki je mnenje podal 20. januarja 2022 ([21]) –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

POGLAVJE I

SPLOŠNE DOLOČBE

Člen 1

Predmet urejanja in cilji

1. Ta uredba določa:

([14]) Direktiva 2000/31/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 8. junija 2000 o nekaterih pravnih vidikih storitev informacijske družbe, zlasti elektronskega poslovanja na notranjem trgu (direktiva o elektronskem poslovanju) (UL L 178, 17.7.2000, str. 1).
([15]) Direktiva 2002/58/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. julija 2002 o obdelavi osebnih podatkov in varstvu zasebnosti na področju elektronskih komunikacij (direktiva o zasebnosti in elektronskih komunikacijah) (UL L 201, 31.7.2002, str. 37).
([16]) Direktiva 2005/29/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 11. maja 2005 o nepoštenih poslovnih praksah podjetij v razmerju do potrošnikov na notranjem trgu ter o spremembi Direktive Sveta 84/450/EGS, direktiv Evropskega parlamenta in Sveta 97/7/ES, 98/27/ES in 2002/65/ES ter Uredbe (ES) št. 2006/2004 Evropskega parlamenta in Sveta (direktiva o nepoštenih poslovnih praksah) (UL L 149, 11.6.2005, str. 22).
([17]) Direktiva 2006/114/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o zavajajočem in primerjalnem oglaševanju (UL L 376, 27.12.2006, str. 21).
([18]) Direktiva 2006/123/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o storitvah na notranjem trgu (UL L 376, 27.12.2006, str. 36).
([19]) Direktiva 2011/83/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 25. oktobra 2011 o pravicah potrošnikov, spremembi Direktive Sveta 93/13/EGS in Direktive 1999/44/ES Evropskega parlamenta in Sveta ter razveljavitvi Direktive Sveta 85/577/EGS in Direktive 97/7/ES Evropskega parlamenta in Sveta (UL L 304, 22.11.2011, str. 64).
([20]) Uredba (EU) 2019/1150 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. junija 2019 o spodbujanju pravičnosti in preglednosti za poslovne uporabnike spletnih posredniških storitev (UL L 186, 11.7.2019, str. 57).
([21]) UL C 145, 1.4.2022, str. 12.

(a) harmonizirana pravila, vključno z obveznostmi glede preglednosti in povezanimi obveznostmi glede potrebne skrbnosti, za opravljanje storitev političnega oglaševanja in povezanih storitev ter, kadar je ustrezno, za sponzorje, glede zbiranja, hrambe, razkritja in objave informacij v zvezi z opravljanjem teh storitev na notranjem trgu;

(b) harmonizirana pravila o uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov v okviru spletnega političnega oglaševanja;

(c) pravila o nadzoru in izvrševanju te uredbe, tudi glede sodelovanja pristojnih organov in usklajevanja med njimi.

2. Za politično oglaševanje se ne štejejo politična mnenja in druge uredniške vsebine, ki so pod uredniško odgovornostjo, ne glede na to, v kakšnem mediju so izraženi, razen če se za njihovo pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, zagotavljanje ali razširjanje oziroma v zvezi s temi dejavnostmi, ki jih opravijo tretje strani, zagotovi posebno plačilo ali drugo nadomestilo.

3. Politična mnenja, ki jih posamezniki izrazijo v svojem imenu, se ne štejejo za politično oglaševanje.

4. Cilji te uredbe so:

(a) prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga storitev političnega oglaševanja in povezanih storitev;

(b) varovati temeljne pravice in svoboščine iz Listine Evropske unije o temeljnih pravicah, zlasti pravice do zasebnosti in varstva osebnih podatkov.

Člen 2

Področje uporabe

1. Ta uredba se uporablja za politično oglaševanje, kadar je politični oglas razširjan v Uniji, dan na voljo javnosti v eni ali več državah članicah ali je usmerjen v državljane Unije, ne glede na sedež ponudnika storitev političnega oglaševanja oziroma prebivališče ali sedež sponzorja in ne glede na uporabljena sredstva.

2. Ta uredba ne vpliva na vsebino političnih oglasov ali na pravila Unije ali nacionalna pravila, ki urejajo vidike, povezane s političnim oglaševanjem, ki niso zajeti v tej uredbi, vključno s pravili o organizaciji, financiranju in izvajanju političnih kampanj, pravili o splošnih prepovedih ali omejitvah političnega oglaševanja v določenih obdobjih in po potrebi pravili o volilnih obdobjih.

3. Ta uredba ne posega v pravila, določena v:

(a) Direktivi 2000/31/ES;

(b) Direktivi 2002/58/ES;

(c) Direktivi 2005/29/ES;

(d) Direktivi 2006/114/ES;

(e) Direktivi 2006/123/ES;

(f) Direktive 2010/13/EU;

(g) Direktivi 2011/83/EU;

(h) Uredbi (EU) 2019/1150;

(i) Uredbi (EU) 2022/2065.

Člen 3

Opredelitev pojmov

V tej uredbi se uporabljajo naslednje opredelitve pojmov:

(1) „storitev“ pomeni vsako samostojno gospodarsko dejavnost, ki se praviloma opravlja za plačilo, kot je določeno v členu 57 PDEU;

(2) „politično oglaševanje“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, prikazovanje ali razširjanje sporočila s kakršnimi koli sredstvi, običajno proti plačilu ali prek notranjih dejavnosti ali v okviru kampanje političnega oglaševanja:

(a) s strani političnega akterja, zanj ali v njegovem imenu, razen če je sporočilo povsem zasebne ali povsem komercialne narave, ali

(b) ki lahko vpliva in je zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek na ravni Unije, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni;

in ne vključuje:

(i) sporočil iz uradnih virov držav članic ali Unije, ki so strogo omejena na organizacijo volitev ali referendumov ter način udeležbe na njih, vključno z napovedjo kandidatur ali vprašanjem, o katerem se odloča na referendumu, oziroma ki spodbujajo udeležbo na volitvah ali referendumih;

(ii) obveščanja javnosti, katerega namen je zagotoviti uradne informacije javnosti s strani, za ali v imenu katerega koli javnega organa države članice ali s strani, za ali v imenu Unije, vključno s strani, za ali v imenu članov vlade države članice, pod pogojem, da ne more vplivati in ni zasnovano, da vpliva na izid volitev ali referenduma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek, ter

(iii) predstavitve kandidatov na določenih javnih mestih ali v medijih, ki je izrecno določena z zakonom in dodeljena brezplačno ob zagotavljanju enake obravnave kandidatov;

(3) „politični oglas“ pomeni primer političnega oglaševanja, ki se izda, prikazuje ali razširja na kakršen koli način;

(4) „politični akter“ pomeni kar koli od naslednjega:

(a) politično stranko, kakor je opredeljena v členu 2, točka 1, Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014 ali subjekt, ki je neposredno ali posredno povezan s področjem delovanja take politične stranke;

(b) politično zvezo, kakor je opredeljena v členu 2, točka 2, Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;

(c) evropsko politično stranko, kakor je opredeljena v členu 2, točka 3, Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;

(d) kandidata za katero koli voljeno funkcijo ali nosilca take funkcije na ravni Unije ter nacionalni, regionalni in lokalni ravni ali kandidata za kateri koli vodilni položaj v politični stranki ali nosilca takega vodilnega položaja;

(e) člana institucij Unije, z izjemo Sodišča Evropske unije, Evropske centralne banke in Računskega sodišča, ali vlade države članice na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni;

(f) organizacijo za politične kampanje, s pravno osebnostjo ali brez nje, ustanovljeno izključno za vplivanje na izid volitev ali referenduma;

(g) katero koli fizično ali pravno osebo, ki zastopa katero koli osebo ali organizacijo iz točk (a) do (f) in nastopa v njenem imenu, pri čemer promovira politične cilje katere koli od teh oseb ali organizacij;

(5) „storitev političnega oglaševanja“ pomeni storitev, ki predstavlja politično oglaševanje, razen spletne posredniške storitve, kakor je opredeljena v členu 3, točka (g), Uredbe (EU) 2022/2065, ki se opravi ne glede na pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, prikazovanje ali razširjanje določenega sporočila;

(6) „ponudnik storitev političnega oglaševanja“ pomeni fizično ali pravno osebo, ki opravlja storitve političnega oglaševanja, razen izključno pomožnih storitev;

(7) „kampanja političnega oglaševanja“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje, prikazovanje ali razširjanje niza povezanih političnih oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva ali financiranja;

(8) „zelo velika spletna platforma“ pomeni spletno platformo, ki je bila določena kot zelo velika spletna platforma na podlagi člena 33(4) Uredbe (EU) 2022/2065;

(9) „zelo velik spletni iskalnik“ pomeni spletni iskalnik, ki je bil določen kot zelo velik spletni iskalnik na podlagi člena 33(4) Uredbe (EU) 2022/2065;

(10) „sponzor“ pomeni fizično ali pravno osebo, na zahtevo katere ali v imenu katere se politični oglas pripravi, odda v razširjanje, promovira, izda, prikazuje ali razširja;

(11) „tehnike ciljanja “ pomeni tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino oziroma njeno izključitev na podlagi obdelave osebnih podatkov;

(12) „tehnike prikazovanja oglasov“ pomeni tehnike optimizacije, ki se uporabljajo za povečanje razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa na podlagi avtomatizirane obdelave osebnih podatkov in ki se lahko uporabljajo za prikazovanje političnega oglasa le določeni osebi ali skupini;

(13) „izdajatelj političnega oglaševanja“ pomeni ponudnika storitev političnega oglaševanja, ki izdaja, prikazuje ali razširja politično oglaševanje po katerem koli mediju;

(14) „upravljavec“ pomeni upravljavca, kakor je opredeljen v členu 4, točka 7, Uredbe (EU) 2016/679 ali, kadar je ustrezno, členu 3, točka 8, Uredbe (EU) 2018/1725.

Člen 4

Načelo notranjega trga

1. Države članice iz razlogov, povezanih s preglednostjo političnega oglaševanja, ne ohranijo ali uvedejo določb ali ukrepov, ki odstopajo od določb iz te direktive.

2. Kadar so zahteve iz te uredbe izpolnjene, se zagotavljanje storitev političnega oglaševanja ne prepove ali omeji, tudi v geografskem smislu, na podlagi razlogov, povezanih s preglednostjo.

Člen 5

Opravljanje storitev političnega oglaševanja v Uniji

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja ne smejo diskriminatorno omejevati opravljanja svojih storitev zgolj na podlagi prebivališča ali sedeža sponzorja.

Ponudniki storitev političnega oglaševanja ne smejo omejiti opravljanja svojih storitev „evropski politični stranki“, kakor je opredeljena v členu 2, točka 3, Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014 ali politični skupini v Evropskem parlamentu samo na podlagi kraja njenega sedeža.

2. Brez poseganja v strožja nacionalna pravila se v zadnjih treh mesecih pred volitvami ali referendumom, organiziranim na ravni Unije ali na nacionalni, regionalni ali lokalni ravni v državi članici, storitve političnega oglaševanja v zvezi s temi volitvami ali referendumom zagotavljajo le sponzorju ali ponudniku storitev, ki deluje v imenu sponzorja, ki izjavi, da je:

(a) državljan Unije ali

(b) državljan tretje države, ki stalno prebiva v Uniji in ima pravico voliti na teh volitvah ali referendumu v skladu z nacionalnim pravom države članice prebivanja ali

(c) pravna oseba s sedežem v Uniji, ki ni v končni lasti ali pod nadzorom državljana tretje države, razen državljanov tretjih držav iz točke (b), ali pravne osebe s sedežem v tretji državi.

POGLAVJE II

OBVEZNOSTI GLEDE PREGLEDNOSTI IN POTREBNE SKRBNOSTI ZA STORITVE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 6

Obveznosti glede preglednosti in potrebne skrbnosti za storitve političnega oglaševanja

1. Storitve političnega oglaševanja se opravljajo na pregleden način v skladu z obveznostmi, določenimi v tem členu, členih 7 do 17 in členu 21.

2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da pogodbene ureditve, sklenjene za opravljanje storitev političnega oglaševanja, omogočajo skladnost z ustreznimi določbami te uredbe, vključno z razdelitvijo odgovornosti ter popolnostjo in točnostjo informacij.

Člen 7

Prepoznavanje storitev političnega oglaševanja

1. Ponudnik oglaševalskih storitev od sponzorjev in ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahteva izjavo, ali storitev oglaševanja, za katero želijo, da jo ponudnik oglaševalskih storitev izvede, predstavlja storitev političnega oglaševanja v smislu člena 3, točka 5, in ali izpolnjujejo zahteve iz člena 5(2). Sponzorji in ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, morajo v zvezi s tem dati resnične izjave in so odgovorni za njihovo točnost.

2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da se v pogodbenih ureditvah, sklenjenih za opravljanje storitev političnega oglaševanja, od sponzorjev ali ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahteva, da predložijo izjavo v skladu z odstavkom 1 tega člena in zagotovijo ustrezne informacije, potrebne za skladnost s členi 9(1), 11(1) in 12(1). Te informacije posredujejo v celoti in natančno ter brez nepotrebnega odlašanja.

3. Sponzorji zagotovijo informacije, ki jih ponudniki storitev političnega oglaševanja potrebujejo za skladnost s členom 9(1), točke (a), (d), (e) in (f), členom 11(1), točke (a) do (d), ter členom 12(1), točke (a), (b), (c), (e), (h) in (k), pred ali med obdobjem izdaje, prikazovanja ali razširjanja političnega oglasa, ter zagotovijo točnost teh informacij.

Kadar sponzor ali ponudnik storitev oglaševanja, ki deluje v imenu sponzorja, ugotovi, da so se informacije, ki jih je posredoval, spremenile, zagotovi, da se zadevnemu ponudniku storitev političnega oglaševanja te posodobljene informacije zagotovijo pravočasno, v celoti in natančno.

Kadar sponzor ali ponudnik storitev oglaševanja, ki deluje v imenu sponzorja, ugotovi, da so informacije, ki so bile posredovane izdajatelju političnega oglaševanja ali jih je ta objavil, nepopolne ali netočne, brez nepotrebnega odlašanja vzpostavi stik s tem izdajateljem in mu posreduje popolne ali točne informacije.

4. Ponudniki storitev političnega oglaševanja od sponzorjev ali ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, ki predložijo izjavo ali informacije v skladu s tem členom, ki so očitno napačne, zahtevajo, da svojo izjavo ali informacije popravijo. Sponzorji ali ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, te popravke izvedejo v celoti in natančno ter brez nepotrebnega odlašanja.

5. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki uporabljajo spletni vmesnik, zagotovijo, da je ta zasnovan in organiziran tako, da sponzorjem in ponudnikom oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, olajša izpolnjevanje njihovih obveznosti iz odstavka 1 tega člena in člena 9(1).

Člen 8

Prepoznavanje političnega oglasa

1. Pri ugotavljanju, ali sporočilo predstavlja politično oglaševanje v smislu člena 3, točka 2(b), se upoštevajo njegove ustrezne značilnosti, kot so:

(a) vsebina sporočila;

(b) sponzor sporočila;

(c) jezik, ki se uporablja za posredovanje sporočila;

(d) okoliščine, v katerih je sporočilo posredovano, vključno z obdobjem razširjanja;

(e) sredstva, s katerimi se sporočilo pripravi, odda v razširjanje, promovira, prikazuje ali razširja;

(f) ciljno občinstvo;

(g) cilj sporočila.

2. Komisija pripravi skupne smernice, katerih namen je prispevati k pravilni uporabi tega člena.

Člen 9

Vodenje evidenc

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja v obsegu, potrebnem za skladnost s to uredbo, hranijo informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, o naslednjem:

(a) političnem oglasu ali kampanji političnega oglaševanja, s katero je storitev ali so storitve povezane;

(b) specifični storitvi ali storitvah, ki so jih opravili v zvezi s političnim oglaševanjem;

(c) zneskih, ki so jih zaračunali za storitev ali storitve, ki so jih opravili, in vrednosti drugih koristi, ki so jih prejeli kot delno ali popolno nadomestilo za opravljeno storitev ali storitve;

(d) informacijah o javnem ali zasebnem izvoru zneskov in drugih koristi iz točke (c) ter o tem, ali izvirajo iz Unije ali zunaj nje;

(e) identiteti in kontaktnih podatkih sponzorja političnega oglasa in, kadar je primerno, subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem, in, če gre za pravne osebe, njihovem sedežu, ter,

(f) kadar je primerno, navedbo volitev, referenduma, zakonodajnih ali regulativnih postopkov, s katerimi je politični oglas povezan.

2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja si v razumnih mejah prizadevajo zagotoviti, da so informacije, hranjene na podlagi odstavka 1, popolne in točne.

3. Informacije iz odstavka 1 morajo biti v pisni ali elektronski obliki. Take informacije se hranijo v strojno berljivi obliki sedem let od datuma zadnje priprave, oddaje v razširjanje, promocije, izdaje, prikazovanja oziroma razširjanja.

4. Ta člen se ne uporablja za mikropodjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1) Direktive 2013/34/EU, če je opravljanje oglaševalskih storitev zgolj obrobna in pomožna dejavnost glede na njihove glavne dejavnosti.

Člen 10

Predložitev informacij izdajatelju političnega oglaševanja

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da se informacije iz člena 9(1) pravočasno, v celoti in natančno predložijo izdajateljem političnega oglaševanja, s čimer se jim omogoči izpolnjevanje obveznosti iz te uredbe.

Vsak ponudnik storitev političnega oglaševanja predloži informacije iz prvega pododstavka med opravljanjem zadevne storitve ter v skladu z dobro prakso in panožnimi standardi in, kadar je to tehnično izvedljivo, po standardiziranem avtomatiziranem postopku.

Kadar je izdajatelj političnega oglaševanja edini ponudnik storitev političnega oglaševanja, sponzor zadevne informacije predloži izdajatelju političnega oglaševanja.

2. Kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja ugotovi, da so bile informacije, ki jih je posredoval, spremenjene, zagotovi, da se posodobljene informacije predložijo zadevnemu izdajatelju političnega oglaševanja.

Člen 11

Zahteve glede označevanja in preglednosti za vsak politični oglas

1. Izdajatelji političnega oglaševanja zagotovijo, da se vsak politični oglas da na razpolago skupaj z naslednjimi informacijami, predstavljenimi na jasen, opazen in nedvoumen način:

(a) izjavo, da gre za politični oglas;

(b) identiteto sponzorja političnega oglasa in, kadar je primerno, subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem;

(c) kadar je primerno, navedbo volitev, referenduma ali zakonodajnega ali regulativnega postopka, s katerim je politični oglas povezan;

(d) kadar je primerno, izjavo, da so bile za politični oglas uporabljene tehnike ciljanja ali tehnike prikazovanja oglasov;

(e) obvestilom o preglednosti, ki vsebuje informacije iz člena 12(1), ali jasno navedbo, kje je mogoče zlahka in neposredno pridobiti te informacije.

2. Izdajatelji političnega oglaševanja zagotovijo, da so informacije iz odstavka 1 popolne. Poleg tega zagotovijo točnost informacij o tem, kje je mogoče pridobiti obvestilo o preglednosti iz odstavka 1, točka (e).

3. Informacije iz odstavka 1 morajo biti na voljo v obliki oznak, prilagojenih uporabljenemu mediju.

Te oznake morajo biti jasno poudarjene, posameznikom omogočati, da zlahka prepoznajo politični oglas, in ostati na svojem mestu, če se politični oglas nadalje razširja.

4. Komisija do 10. julija 2025 sprejme izvedbene akte, s katerimi določi obliko in predlogo oznak iz odstavka 3. S temi izvedbenimi akti se zagotovi, da so oznake prilagojene uporabljenemu mediju, tudi za avdiovizualne in tiskane medije, ter spletnemu in nespletnemu oglaševanju, pri čemer se upoštevajo posebne značilnosti tega medija ter najnovejši tehnološki in tržni razvoj, ustrezne znanstvene raziskave in primeri dobre prakse.

Ti izvedbeni akti se sprejmejo v skladu s postopkom pregleda iz člena 29(2).

5. Države članice, vključno s pristojnimi organi, in Komisija spodbujajo pripravljanje prostovoljnih kodeksov ravnanja, katerih namen je prispevati k pravilni uporabi tega člena, pri tem pa upoštevajo posebne značilnosti ustreznih sodelujočih ponudnikov storitev ter posebne potrebe mikro, malih in srednjih podjetij, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU.

Člen 12

Obvestilo o preglednosti

1. Izdajatelji političnega oglaševanja zagotovijo, da obvestilo o preglednosti iz člena 11(1), točka (e), vsebuje naslednje informacije:

(a) identiteto sponzorja in, kadar je primerno, subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem, vključno z njunim imenom, elektronskim naslovom in, kadar je javno objavljen, njunim poštnim naslovom ter, če sponzor ni fizična oseba, naslov, na katerem ima registriran sedež;

(b) informacije, ki se zahtevajo na podlagi točke (a), v zvezi s fizično ali pravno osebo, ki zagotavlja plačilo v zameno za politični oglas, če ta oseba ni sponzor ali subjekt, ki ima končni nadzor nad sponzorjem;

(c) obdobje, v katerem naj bi se politični oglas izdal, prikazal in razširjal;

(d) skupne zneske in skupno vrednost drugih koristi, ki so jih prejeli ponudniki storitev političnega oglaševanja, tudi tistih, ki jih je prejel izdajatelj, kot delno ali popolno nadomestilo za storitve političnega oglaševanja in, kadar je ustrezno, za kampanje političnega oglaševanja;

(e) informacije o javnem ali zasebnem izvoru zneskov in drugih koristi iz točke (d) ter o tem, ali izvirajo iz Unije ali zunaj nje;

(f) metodologijo, uporabljeno za izračun zneskov in vrednosti iz točke (d);

(g) kadar je primerno, navedbo volitev ali referendumov ali zakonodajnih ali regulativnih postopkov, s katerimi je politični oglas povezan;

(h) kadar je politični oglas povezan z določenimi volitvami ali referendumi, povezave na uradne informacije o načinih udeležbe na zadevnih volitvah ali referendumu;

(i) kadar je primerno, povezave do evropskega odložišča spletnih političnih oglasov iz člena 13;

(j) informacije o mehanizmih iz člena 15(1);

(k) kadar je primerno, informacije, ali je bila predhodna objava političnega oglasa ali njegove prejšnje različice začasno prekinjena ali ustavljena zaradi kršitve te uredbe;

(l) kadar je primerno, izjavo, da so bile za politični oglas uporabljene tehnike ciljanja ali tehnike prikazovanja oglasov na podlagi uporabe osebnih podatkov, vključno z informacijami iz člena19(1), točki (c) in (e);

(m) kadar je primerno in tehnično izvedljivo, doseg političnega oglasa v smislu števila ogledov in interakcij s političnim oglasom.

2. Izdajatelji političnega oglaševanja zagotovijo, da so informacije iz odstavka 1 popolne.

Izdajatelji političnega oglaševanja zagotovijo točnost informacij iz odstavka 1, točke (d), (f), (i), (j) in (m), pred in med obdobjem izdaje, prikazovanja ali razširjanja političnega oglasa.

Kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja ugotovi, da so katere koli informacije, ki so bile posredovane izdajatelju političnega oglaševanja ali jih je ta izdal, nepopolne ali netočne, brez nepotrebnega odlašanja vzpostavi stik z zadevnim izdajateljem političnega oglaševanja in mu predloži dopolnjene ali popravljene informacije.

Kadar izdajatelj političnega oglaševanja na kakršen koli način ugotovi, da so informacije iz člena 11(1) in odstavka 1 tega člena nepopolne ali netočne, si po najboljših močeh brez nepotrebnega odlašanja prizadeva za njihovo dopolnitev ali popravek, tudi tako, da vzpostavi stik s sponzorjem ali ponudnikom storitev političnega oglaševanja.

Kadar informacij ni mogoče dopolniti ali popraviti brez nepotrebnega odlašanja, izdajatelj političnega oglaševanja političnega oglasa ne da na voljo, ali brez nepotrebnega odlašanja preneha z izdajo, prikazovanjem ali razširjanjem političnega oglasa.

Izdajatelj političnega oglaševanja brez nepotrebnega odlašanja obvesti sponzorje ali ponudnike zadevnih storitev političnega oglaševanja o vseh odločitvah na podlagi petega pododstavka tega odstavka.

3. Obvestila o preglednosti morajo biti vključena v vsak politični oglas ali vselej enostavno dostopna med obdobjem izdajanja političnega oglasa.

Obvestila o preglednosti se morajo med celotnim obdobjem izdajanja političnega oglasa posodabljati, predstavljena morajo biti v lahko dostopni obliki in, vsaj ko je politični oglas elektronsko dostopen, na voljo v strojno berljivi obliki. Napisana morajo biti v jeziku političnega oglasa. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki ponujajo storitve v Uniji, zagotovijo, da so obvestila o preglednosti skladna z veljavnimi zahtevami glede dostopnosti, tudi z dajanjem informacij na voljo prek več kot enega zaznavnega kanala, kadar je to tehnično izvedljivo.

Obvestila o preglednosti morajo biti jasno vidna in uporabniku prijazna, tudi z uporabo preprostega jezika.

4. Izdajatelji političnega oglaševanja hranijo svoja obvestila o preglednosti skupaj z morebitnimi spremembami teh obvestil sedem let po zadnji izdaji zadevnega političnega oglasa.

5. Odstavek 4 tega člena se ne uporablja za mikropodjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1) Direktive 2013/34/EU, če je opravljanje oglaševalskih storitev zgolj obrobna in pomožna dejavnost glede na njihove glavne dejavnosti.

6. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 28 za spremembo te uredbe z dodajanjem točk na seznam v odstavku 1 tega člena in s spreminjanjem odstavka 1, točka (f), tega člena ob upoštevanju tehnološkega razvoja, tržnih praks, ustreznih znanstvenih raziskav, razvoja v nadzoru s strani pristojnih organov in ustreznih smernic, ki jih izdajo pristojna telesa, če je taka sprememba potrebna za razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev.

7. Komisija do 10. julija 2025 sprejme izvedbene akte, s katerimi določi obliko obvestila o preglednosti in opredeli tehnične specifikacije zanj, da je prilagojeno uporabljenemu mediju, tudi za avdiovizualne in tiskane medije, ter spletnemu in nespletnemu oglaševanju, ob upoštevanju najnovejšega tehnološkega in tržnega razvoja, ustreznih znanstvenih raziskav in primerov dobre prakse ter posebnih potreb mikro, malih in srednjih podjetij, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU.

Ti izvedbeni akti se sprejmejo v skladu s postopkom pregleda iz člena 29(2).

Člen 13

Evropsko odložišče spletnih političnih oglasov

1. Komisija vzpostavi in zagotovi, neposredno ali s prenosom te odgovornosti na organ upravljanja, upravljanje evropskega odložišča spletnih političnih oglasov (v nadaljnjem besedilu: evropsko odložišče), ki je javno odložišče za vse spletne politične oglase, izdane v Uniji ali namenjene državljanom ali prebivalcem Unije. Odložišče vključuje:

(a) funkcijo, ki omogoča javni dostop do spletnih političnih oglasov, skupaj z informacijami, ki jih zagotovijo izdajatelji političnega oglaševanja iz člena 12(1) v zvezi z vsakim spletnim političnim oglasom od njegove prve izdaje; informacije morajo biti na voljo v strojno berljivi obliki, omogočati iskanje po več merilih in biti javno dostopne prek enotnega portala;

(b) storitev gostovanja, ki zagotavlja razpoložljivost spletnega političnega oglaševanja in informacij, objavljenih skupaj z njim, iz člena 12(1), za celotno obdobje, v katerem je politični oglas predstavljen, in še sedem let po zadnji predstavitvi političnega oglasa; ta storitev gostovanja spoštuje vse pravne zahteve za odstranitev političnega oglasa in informacij, objavljenih z njim, ter ne posega vanje, kar se spoštuje tudi pri dostopu do informacij, ki jih gosti; ta storitev gostovanja je brezplačna za izdajatelje političnega oglaševanja, ki spletni politični oglas predložijo v evropsko odložišče.

2. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme in zelo veliki spletni iskalniki, zagotovijo, da je vsak politični oglas skupaj z informacijami iz člena 12(1) te uredbe na voljo v odložišču iz člena 39 Uredbe (EU) 2022/2065. Poleg tega ti izdajatelji političnega oglaševanja omogočijo, da so te informacije dostopne prek evropskega odložišča od trenutka objave in za celotno obdobje, v katerem predstavljajo politične oglase, ter še sedem let od zadnje predstavitve političnega oglasa na spletnih vmesnikih.

3. Kadar izdajatelji političnega oglaševanja odstranijo določen politični oglas ali onemogočijo dostop do njega na podlagi domnevne nezakonitosti ali nezdružljivosti s svojimi pogoji poslovanja, še naprej zagotavljajo dostop do informacij, ki se zahtevajo v skladu s členom 12(1) te uredbe, za obdobje iz člena 9(3) te uredbe. Ta zahteva ne posega v zahteve iz člena 9(2), točka (a)(i), člena 17(3), točke (a) do (e), in člena 39(3) Uredbe (EU) 2022/2065.

4. Izdajatelji političnega oglaševanja, razen tistih iz odstavka 2 tega člena, ki politične oglase objavljajo prek spletne storitve, dajo vsak tak politični oglas in informacije, zahtevane na podlagi tega člena 12(1), na voljo v evropskem odložišču najpozneje 72 ur po prvi izdaji političnega oglasa.

5. Komisija ali organ upravljanja iz odstavka 1, odvisno od primera, nista odgovorna za popolnost in točnost političnega oglaševanja in informacij, ki so bile objavljene skupaj z njim, ali njihovo skladnost z ustreznim pravom Unije ali nacionalnim pravom ter drugimi veljavnimi zavezujočimi pravili.

6. Komisija do 10. aprila 2026 sprejme izvedbene akte v skladu s členom 29, s katerimi določi podrobno ureditev za zagotavljanje skupne podatkovne strukture, standardiziranih metapodatkov za lažjo vključitev političnih oglasov v evropsko odložišče in indeksacijo političnega oglaševanja s strani spletnih iskalnikov, standardizirane avtentikacije in skupnega vmesnika za aplikacijsko programiranje, da se omogoči prek enotnega portala dostop do združenih informacij, objavljenih na spletu na podlagi te uredbe.

Komisija pri sprejemanju teh izvedbenih aktov upošteva tehnološki, tržni in znanstveni razvoj ter si prizadeva doseči naslednje cilje:

(a) omogočiti javni dostop do informacij iz odstavkov 1, 2 in 3 prek evropskega odložišča;

(b) omogočiti preprost dostop javnosti do spletnih obvestil o preglednosti z uporabo skupnega vmesnika za aplikacijsko programiranje, ki bi omogočal dostop do obvestil in iskanje v ustreznih podatkovnih zbirkah;

(c) podpirati dostop tretjih oseb in javnosti do obvestil o preglednosti, vključno z omogočanjem analiz spletnih obvestil o preglednosti in njihove predstavitve prek uporabniku prijaznega enotnega portala in storitev iskanja.

Člen 14

Redno poročanje o storitvah političnega oglaševanja

1. Izdajatelji političnega oglaševanja vključijo informacije o zneskih ali vrednosti drugih koristi, združene po posameznih kampanjah, ki jih prejmejo kot delno ali popolno nadomestilo za opravljene storitve, vključno z informacijami o uporabi tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov, priložene njihovim poslovnim poročilom v smislu člena 19 Direktive 2013/34/EU.

Izdajatelji političnega oglaševanja dajo informacije iz prvega pododstavka na voljo pristojnim organom, odgovornim za revizijo ali nadzor političnih akterjev, kadar so taki organi ustanovljeni na podlagi nacionalnega prava.

2. Odstavek 1 tega člena se ne uporablja za mikro, mala ali srednja podjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU.

Člen 15

Opozarjanje na potencialno nezakonite politične oglase

1. Izdajatelji političnega oglaševanja vzpostavijo potrebne mehanizme, ki fizičnim ali pravnim osebam omogočajo, da jim prijavijo, če določen politični oglas, ki so ga izdali, ni v skladu s to uredbo.

2. Mehanizmi iz odstavka 1 morajo biti brezplačni, uporabniku prijazni in lahko dostopni, med drugim iz obvestila o preglednosti. Kadar je to tehnično izvedljivo, morajo ti mehanizmi omogočati predložitev prijav v elektronski obliki.

3. Ti mehanizmi olajšujejo predložitev natančnih in utemeljenih prijav izdajateljem političnega oglaševanja, da lahko slednji ugotovijo neskladnost zadevnih političnih oglasov s to uredbo. V ta namen izdajatelji političnega oglaševanja sprejmejo potrebne ukrepe, da omogočijo in olajšajo predložitev prijav, ki vsebujejo vse naslednje elemente:

(a) utemeljeno obrazložitev razlogov, zaradi katerih fizična ali pravna oseba, ki predloži prijavo, zatrjuje, da zadevni politični oglas ni v skladu s to uredbo;

(b) informacije, ki omogočajo identifikacijo političnega oglasa;

(c) ime in elektronski naslov fizične ali pravne osebe, ki je predložila prijavo.

4. Izdajatelji političnega oglaševanja brez nepotrebnega odlašanja pošljejo potrdilo o prejemu prijave, prejete na podlagi odstavka 1, fizičnim ali pravnim osebam, ki so jo predložile.

5. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme in zelo veliki spletni iskalniki, brez nepotrebnega odlašanja:

(a) skrbno, nepristransko in objektivno preučijo in obravnavajo prijave, prejete na podlagi odstavka 1;

(b) obvestijo fizično ali pravno osebo, ki je podala prijavo iz odstavka 1, o sprejetih nadaljnjih ukrepih.

6. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme in zelo veliki spletni iskalniki, brez nepotrebnega odlašanja:

(a) po najboljših močeh skrbno, nepristransko in objektivno preučijo in obravnavajo prijave, prejete na podlagi odstavka 1;

(b) vsaj na zahtevo obvestijo fizične ali pravne osebe, ki so podale prijavo iz odstavka 1 tega člena, o nadaljnjih ukrepih v zvezi z njo; izdajatelji političnega oglaševanja, ki se štejejo za mikropodjetja na podlagi člena 3(1) Direktive 2013/34/EU, si po najboljših močeh prizadevajo zagotoviti, da izpolnjujejo to točko.

7. V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom izdajatelji političnega oglaševanja v 48 urah zaključijo obravnavo prijav, ki jih prejmejo v zvezi s političnim oglasom, povezanim s temi volitvami ali referendumom, če je mogoče prijavo v celoti obravnavati na podlagi informacij, vključenih v prijavo. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki se na podlagi člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU štejejo za mikro, mala ali srednja podjetja, si po najboljših močeh prizadevajo, da brez nepotrebnega odlašanja zaključijo obravnavo vseh prijav, ki jih prejmejo v zvezi s političnim oglasom, povezanim s temi volitvami ali referendumom.

8. Izdajatelji političnega oglaševanja zagotovijo jasne in uporabniku prijazne informacije o možnostih pravnih sredstev v zvezi s političnim oglasom, na katerega se prijava nanaša, in po potrebi o uporabi avtomatiziranih sredstev za obravnavo prijav.

9. Izdajatelji političnega oglaševanja brez nepotrebnega odlašanja obvestijo zadevne sponzorje ali ponudnike storitev političnega oglaševanja o vseh ukrepih, ki jih sprejmejo po prijavah na podlagi tega člena, ki vplivajo na razpoložljivost ali predstavitev zadevnega političnega oglasa.

10. Izdajatelji političnega oglaševanja se lahko odzovejo na več prijav na podlagi odstavka 1 v zvezi z istim oglasom ali kampanjo oglaševanja hkrati, med drugim z uporabo avtomatiziranih orodij ali objavo na svojem spletišču, ki se nanaša na zadevne prijave.

11. Komisija lahko po posvetovanju z mrežo nacionalnih kontaktnih točk iz člena 22(8) izda smernice za pomoč izdajateljem političnega oglaševanja pri uporabi tega člena.

Člen 16

Predložitev informacij pristojnim nacionalnim organom

1. Pristojni nacionalni organi so pooblaščeni, da za preverjanje skladnosti s členi 9, 11, 12 in 14 od ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo, da posredujejo vse potrebne informacije. Predložene informacije morajo biti popolne, točne in verodostojne ter se posredujejo v jasni, skladni, popolni in razumljivi obliki. Kadar je to tehnično izvedljivo, se informacije predložijo v standardizirani in strojno berljivi obliki.

2. Zahteva iz odstavka 1 vsebuje naslednje elemente:

(a) obrazložitev cilja, zaradi katerega se informacije zahtevajo, razen če je namen zahteve preprečevanje, odkrivanje, preiskovanje in pregon kaznivih dejanj ali hujših prekrškov in če razlogi za zahtevo ne ogrožajo navedenega cilja;

(b) informacije o pravnih sredstvih, ki so na voljo zadevnemu ponudniku storitev političnega oglaševanja in sponzorju storitve političnega oglaševanja.

3. Ponudniki storitev političnega oglaševanja v dveh delovnih dneh po prejemu zahteve na podlagi odstavka 1 tega člena potrdijo prejem te zahteve in pristojni nacionalni organ obvestijo o ukrepih, ki so jih sprejeli za izpolnitev zahteve. Zadevni ponudnik storitev političnega oglaševanja zahtevane informacije predloži v osmih delovnih dneh. Vendar si ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki se štejejo za mikro, mala ali srednja podjetja na podlagi člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU, razumno prizadevajo, da zahtevane informacije zagotovijo v 12 delovnih dneh in pozneje brez nepotrebnega odlašanja.

4. Z odstopanjem od odstavka 3 tega člena ponudniki storitev političnega oglaševanja v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje v 48 urah zagotovijo zahtevane informacije, s katerimi razpolagajo. Vendar ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki se štejejo za mikro ali mala podjetja na podlagi člena 3(1) in (2) Direktive 2013/34/EU, zahtevane informacije, s katerimi razpolagajo, zagotovijo brez nepotrebnega odlašanja in po možnosti pred datumom volitev ali referenduma.

5. Ponudniki storitev političnega oglaševanja imenujejo kontaktno točko za stike s pristojnimi nacionalnimi organi. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki se štejejo za mikro, mala ali srednja podjetja na podlagi člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU, lahko za kontaktno točko imenujejo zunanjo fizično osebo.

Člen 17

Predložitev informacij drugim zainteresiranim subjektom

1. Na zahtevo zainteresiranih subjektov ponudniki storitev političnega oglaševanja tem subjektom nemudoma in brezplačno ter, kadar je to tehnično izvedljivo, v strojno berljivi obliki, predložijo informacije, ki jih morajo ti ponudniki storitev političnega oglaševanja imeti na podlagi členov 9, 11 in 12.

2. Zainteresirani subjekti, ki zahtevajo predložitev informacij na podlagi odstavka 1, morajo biti neodvisni od komercialnih interesov in spadati v eno ali več naslednjih kategorij:

(a) preverjeni raziskovalci v skladu s členom 40(8) Uredbe (EU) 2022/2065;

(b) člani organizacije civilne družbe, katere statutarno določena cilja sta varstvo in spodbujanje javnega interesa, ki je pooblaščena na podlagi nacionalnega prava ali prava Unije;

(c) politični akterji;

(d) nacionalni ali mednarodni opazovalci volitev, ki so priznani v državi članici, ali

(e) novinarji.

3. Ponudnik storitev političnega oglaševanja si na zahtevo zainteresiranega subjekta po najboljših močeh prizadeva, da čim prej, najpozneje pa v enem mesecu, predloži zahtevane informacije ali obrazloženi odgovor na podlagi odstavka 5.

4. Ponudnik storitev političnega oglaševanja pri pripravi informacij, ki jih predloži na podlagi odstavka 1, lahko združi ustrezne zneske ali jih navede v razponu, če je potrebno za zaščito njegovih legitimnih poslovnih interesov.

5. Kadar so zahteve na podlagi odstavka 1 očitno nejasne, pretirane ali se nanašajo na informacije, s katerimi ponudnik storitev političnega oglaševanja ne razpolaga, lahko ta ponudnik zavrne predložitev zahtevanih informacij. V takih primerih pošlje ponudnik storitev političnega oglaševanja zainteresiranemu subjektu, ki je podal zahtevo, obrazložen odgovor, skupaj z informacijami o možnostih pravnega varstva, po potrebi vključno s tistimi, ki obstajajo na podlagi Direktive (EU) 2020/1828.

6. Kadar obravnava zahtev na podlagi odstavka 1 povzroča znatne stroške, lahko ponudnik storitev zaračuna razumno in sorazmerno pristojbino, ki pa nikakor ne sme presegati administrativnih stroškov zagotovitve zahtevanih informacij.

7. Ponudniki storitev političnega oglaševanja nosijo dokazno breme, da je zahteva očitno nejasna, pretirana ali se nanaša na informacije, s katerimi ne razpolagajo, ali da zahteve povzročajo znatne stroške obravnave.

POGLAVJE III

CILJANJE IN PRIKAZOVANJE OGLASOV PRI SPLETNEM POLITIČNEM OGLAŠEVANJU

Člen 18

Posebne zahteve, povezane s tehnikami ciljanja in tehnikami prikazovanja oglasov v kontekstu spletnega političnega oglaševanja

1. Tehnike ciljanja ali tehnike prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov v kontekstu spletnega političnega oglaševanja, so dovoljene le, kadar so izpolnjeni naslednji pogoji:

(a) upravljavec je osebne podatke zbral od posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki;

(b) posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, je dal izrecno privolitev v smislu uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 za ločeno obdelavo osebnih podatkov za namene političnega oglaševanja ter

(c) te tehnike ne zajemajo oblikovanja profilov, kakor je opredeljeno v členu 4, točka 4, Uredbe (EU) 2016/679 in členu 3, točka 5, Uredbe (EU) 2018/1725 z uporabo posebnih vrst osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725.

2. V kontekstu političnega oglaševanja so prepovedane tehnike ciljanja in tehnike prikazovanja oglasov, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, za katerega je upravljavec z razumno gotovostjo seznanjen, da je vsaj eno leto mlajši od volilne starosti, določene z nacionalnimi pravili. Izpolnjevanje obveznosti iz tega odstavka upravljavca ne zavezuje k obdelavi dodatnih osebnih podatkov, da bi ocenil, ali je posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, eno leto mlajši od volilne starosti.

3. Ta člen se ne uporablja za sporočanje političnih strank, fundacij, združenj ali drugih neprofitnih organizacij, svojim članom in nekdanjim članom ali za sporočila, na primer z glasili, povezana z njihovimi političnimi dejavnostmi, če ta sporočila temeljijo izključno na naročniških podatkih in so zato strogo omejena na njihove člane, nekdanje člane ali naročnike ter temeljijo na osebnih podatkih, ki so jih te osebe same zagotovile, in ne vključujejo obdelave osebnih podatkov za ciljanje ali morebitno drugo nadaljnjo izbiro prejemnikov in sporočil zanje.

4. Za namene izvajanja zahtev iz uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 glede dajanja izrecne privolitve in njenega preklica, ko je že dana, upravljavci zagotovijo, da:

(a) posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, ni zaprošen za privolitev, če je z avtomatiziranimi sredstvi že navedel, da ne privoli v obdelavo podatkov za namene političnega oglaševanja, razen če je zahteva utemeljena z bistveno spremembo okoliščin;

(b) posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki in ki ne da privolitve, se ponudi enakovredna alternativa za uporabo spletne storitve brez političnega oglaševanja.

Člen 19

Dodatne zahteve glede preglednosti, povezane s tehnikami ciljanja in tehnikami prikazovanja oglasov v kontekstu spletnega političnega oglaševanja

1. Pri uporabi tehnik ciljanja ali tehnik prikazovanja oglasov v kontekstu spletnega političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, upravljavci poleg drugih zahtev iz te uredbe in zahtev iz uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 izpolnjujejo tudi naslednje zahteve:

(a) sprejmejo, izvajajo in javno objavijo notranjo politiko, ki jasno in v preprostem jeziku opisuje, kako se uporabljajo take tehnike, ter tako politiko hranijo sedem let od zadnje uporabe teh tehnik;

(b) hranijo evidenco o uporabi takih tehnik, ustreznih mehanizmih, uporabljenih tehnikah in parametrih;

(c) skupaj z navedbo, da gre za politični oglas, zagotovijo dodatne informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel razloge za uporabljene tehnike in njihove glavne parametre, med drugim tudi, ali je bil za ciljanje ali prikazovanje političnega oglasa uporabljen sistem umetne inteligence in morebitne druge analitične tehnike, ter naslednje elemente:

   (i) posebne skupine ciljnih prejemnikov, tudi parametre, ki se uporabljajo za določitev prejemnikov, katerim se oglaševanje razširja;

   (ii) kategorije osebnih podatkov, ki se uporabljajo za tehnike ciljanja ali tehnike prikazovanja oglasov;

   (iii) cilje, zaradi katerih se ciljanje uporabi, mehanizme in razloge za njihovo uporabo, vključno z vključitvenimi in izločitvenimi parametri, ter razloge za izbiro teh parametrov;

   (iv) relevantne informacije o uporabi sistemov umetne inteligence pri ciljanju ali prikazovanju oglasov pri političnem oglaševanju;

   (v) obdobje razširjanja političnega oglasa in število posameznikov, ki se jim politični oglas razširja;

   (vi) povezavo do mesta, na katerem je mogoče enostavno dostopati do politike iz točke (a), ali jasno navedbo tega mesta.

(d) vsako leto pripravijo notranjo oceno tveganja v zvezi z uporabo tehnik ciljanja ali tehnik prikazovanja oglasov, v kateri preučijo njihov vpliv na temeljne pravice in svoboščine, njeni rezultati pa so javno objavljeni;

(e) navedejo, skupaj s političnim oglasom, razen če ni vključen v obvestilo o preglednosti, ki se zahteva na podlagi člena 12(1) te uredbe, sklic na učinkovita sredstva za podporo posameznikom pri uveljavljanju njihovih pravic na podlagi uredb (EU) 2016/679 ali (EU) 2018/1725, kakor je ustrezno, zlasti sklic na pravice posameznikov, da spremenijo osebne podatke ali prekličejo privolitev, kakor je ustrezno, ki mora vsebovati povezavo do vmesnika, prek katerega se lahko take pravice uveljavijo.

2. Kadar upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj političnega oglaševanja, upravljavec zagotovi, da se informacije iz odstavka 1, točki (c) in (e), sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja, da bi ta lahko izpolnil svoje obveznosti na podlagi te uredbe. Informacije se predložijo pravočasno in natančno ter v skladu z dobro prakso in panožnimi standardi ter, kadar je to tehnično izvedljivo, po standardiziranem avtomatiziranem postopku.

3. Ponudniki storitev političnega oglaševanja po potrebi upravljavcem predložijo informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz odstavkov 1 in 2.

4. Informacije, ki se predložijo v skladu z odstavkom 1, točki (c) in (e), in odstavkoma 2 in 3, se pripravijo v obliki, ki je preprosto dostopna, in, kadar je to tehnično izvedljivo, tudi strojno berljiva, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da je napisana v preprostem jeziku.

5. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 28 za spremembo te uredbe z dodajanjem točk na seznam v odstavku 1 tega člena ob upoštevanju tehnološkega razvoja, tržnih praks, ustreznih znanstvenih raziskav in razvoja v nadzoru s strani pristojnih organov ter ustreznih smernic, ki jih izdajo pristojna telesa.

Člen 20

Predložitev informacij o ciljanju ali prikazovanju oglasov pri spletnem političnem oglaševanju drugim zainteresiranim subjektom

Upravljavci sprejmejo ustrezne ukrepe, da zainteresiranim subjektom iz člena 17(2) na njihovo zahtevo in brezplačno predložijo informacije iz člena 19.

POGLAVJE IV

NADZOR IN IZVRŠEVANJE

Člen 21

Pravni zastopnik

1. Ponudnik storitev, ki opravlja storitve političnega oglaševanja v Uniji, vendar nima sedeža v Uniji, pisno imenuje fizično ali pravno osebo za svojega pravnega zastopnika v eni od držav članic, v katerih ponuja storitve.

Imenovani pravni zastopnik se registrira pri pristojnem organu iz odstavka 4 v državi članici, v kateri ima prebivališče ali registriran sedež. V ta namen ponudniki storitev navedenemu pristojnemu organu predložijo ime, poštni naslov, elektronski naslov in telefonsko številko svojega pravnega zastopnika. Predložene informacije morajo biti točne in v strojno berljivi obliki ter se morajo posodabljati.

2. Pravni zastopnik je odgovoren za zagotavljanje skladnosti z obveznostmi iz te uredbe, in je lahko, brez poseganja v odgovornost ponudnika storitev in kakršne koli pravne postopke, ki bi lahko bili sproženi proti slednjemu, odgovoren za vsako neizpolnjevanje obveznosti iz te uredbe. Pravni zastopnik je naslovnik vse komunikacije z zadevnim ponudnikom storitev, kakor jo določa ta uredba. Vsaka komunikacija z navedenim pravnim zastopnikom se šteje za komunikacijo z zastopanim ponudnikom storitev.

3. Ponudniki storitev svojemu pravnemu zastopniku zagotovijo potrebna pooblastila in zadostne vire za zagotovitev učinkovitega in pravočasnega sodelovanja s pristojnimi nacionalnimi organi in, kadar je ustrezno, s Komisijo ter za zagotovitev spoštovanja njihovih odločitev.

4. Države članice imenujejo en pristojni nacionalni organ, odgovoren za vodenje javno dostopnih in strojno berljivih spletnih registrov vseh pravnih zastopnikov, registriranih na njihovem ozemlju na podlagi te uredbe. Pristojni nacionalni organ zagotovi, da so take informacije enostavno dostopne ter popolne in redno posodobljene. Države članice Komisiji zagotovijo povezave do ustreznih spletišč.

5. Komisija vzpostavi in vzdržuje javno dostopen portal s povezavami do spletišč, ki jih zagotovijo države članice na podlagi odstavka 4.

Člen 22

Pristojni organi in kontaktne točke

1. Nadzorni organi iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 oziroma Evropski nadzornik za varstvo podatkov iz člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 so pristojni za spremljanje uporabe členov 18 in 19 te uredbe na svojem področju pristojnosti. Smiselno se uporabljata člen 58 Uredbe (EU) 2016/679 in člen 58 Uredbe (EU) 2018/1725. Za dejavnosti, ki so zajete v členih 18 in 19 te uredbe, se uporablja Poglavje VII Uredbe (EU) 2016/679.

2. Evropski odbor za varstvo podatkov iz člena 68 Uredbe (EU) 2016/679 na lastno pobudo ali na zahtevo Komisije pripravi smernice za pomoč nadzornim organom iz Uredbe (EU) 2016/679 pri ocenjevanju izpolnjevanja zahtev iz te uredbe.

3. Države članice imenujejo pristojne organe za nadzorovanje skladnosti ponudnikov posredniških storitev v smislu uredbe (EU) 2022/2065 z obveznostmi iz členov 7 do 17 in 21 te uredbe, kadar je primerno. Pristojni organi, imenovani na podlagi Uredbe (EU) 2022/2065, so lahko eni od pristojnih organov, imenovanih za nadzorovanje skladnosti spletnih posrednikov z obveznostmi iz členov 7 do 17 in 21 te uredbe. Koordinator digitalnih storitev iz člena 49 Uredbe (EU) 2022/2065 v vsaki državi članici je odgovoren za zagotavljanje usklajevanja na nacionalni ravni v zvezi s ponudniki posredniških storitev, kakor so opredeljene v Uredbi (EU) 2022/2065. Za zadeve, povezane z uporabo te uredbe, kar zadeva ponudnike posredniških storitev, se uporabljata člena 49 in 58(1) do (4) ter člen 60(1) Uredbe (EU) 2022/2065. Člen 51 Uredbe (EU) 2022/2065 se smiselno uporablja v zvezi s pooblastili pristojnih organov, imenovanih na podlagi tega odstavka.

4. Države članice imenujejo enega ali več pristojnih organov, ki so odgovorni za uporabo in izvrševanje vidikov te uredbe, ki niso navedeni v odstavkih 1 in 3 tega člena. Ti pristojni organi se lahko razlikujejo od tistih iz odstavkov 1 in 3 tega člena ter so lahko isti kot organi iz člena 30 Direktive 2010/13/EU. Vsak pristojni organ, ki je imenovan na podlagi tega odstavka, mora biti strukturno popolnoma neodvisen od sektorja ter od kakršnega koli zunanjega poseganja ali političnih pritiskov. Delovati mora popolnoma neodvisno ter učinkovito spremljati in sprejemati ukrepe, ki so potrebni in sorazmerni za zagotovitev nadzora, skladnosti s to uredbo in njenega izvrševanja.

5. Pristojni organi iz odstavka 4 so pri opravljanju svojih nalog v zvezi s to uredbo pooblaščeni, da:

(a) zahtevajo dostop do podatkov, dokumentov ali vseh potrebnih informacij, zlasti od zadevnega sponzorja ali zadevnih ponudnikov storitev političnega oglaševanja, ki jih pristojni organi uporabijo samo za spremljanje in ocenjevanje skladnosti s to uredbo v skladu z ustrezno zakonodajo o varstvu osebnih podatkov in varstvu zaupnih informacij;

(b) izdajo opozorila, naslovljena na ponudnike storitev političnega oglaševanja, v zvezi z njihovim neizpolnjevanjem obveznosti iz te uredbe;

(c) odredijo prenehanje kršitev in od sponzorjev ali ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo, naj sprejmejo ukrepe, potrebne za uskladitev s to uredbo;

(d) naložijo ali zahtevajo, naj pravosodni organ naloži globe ali denarne kazni ali po potrebi druge finančne ukrepe;

(e) kadar je primerno, naložijo periodično denarno kazen ali zahtevajo, da to stori pravosodni organ v njihovi državi članici;

(f) kadar je primerno, naložijo popravne ukrepe, sorazmerne s kršitvijo in potrebne za njeno učinkovito odpravo, ali da to zahtevajo od pravosodnega organa v njihovi državi članici;

(g) objavijo izjavo, ki navaja identiteto pravnih in fizičnih oseb, ki so odgovorne za kršitev obveznosti iz te uredbe, ter naravo te kršitve;

(h) izvajajo inšpekcijske preglede v vseh prostorih, ki jih ponudniki storitev političnega oglaševanja uporabljajo v okviru svoje trgovske, poslovne, obrtne ali poklicne dejavnosti, ali da od pravosodnega organa zahtevajo, da odredi ali odobri takšne inšpekcijske preglede, ali da izvajanje takšnih inšpekcijskih pregledov zahtevajo od drugih javnih organov, z namenom preučitve, zasega, odvzema ali pridobitve kopij ali izvlečkov informacij v kakršni koli obliki, ne glede na pomnilniški medij.

6. Države članice pristojnim nacionalnim organom zagotovijo vsa potrebna sredstva za opravljanje nalog na podlagi te uredbe, tudi zadostne tehnične, finančne in človeške vire za ustrezen nadzor skladnosti sponzorjev in ponudnikov storitev političnega oglaševanja v njihovi pristojnosti na podlagi te uredbe.

7. Države članice zagotovijo, da med vsemi ustreznimi pristojnimi organi iz odstavkov 1 do 4 poteka učinkovito in strukturirano sodelovanje in usklajevanje na nacionalni ravni, da tako omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog in pooblastil na podlagi te uredbe, vključno z obveščanjem o zaznanih kršitvah, ki so pomembne za druge organe, izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja ter povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.

8. Nacionalne kontaktne točke, ki jih imenujejo države članice na podlagi drugega pododstavka odstavka 9, se redno srečujejo na ravni Unije v okviru mreže nacionalnih kontaktnih točk. Ta mreža deluje kot platforma za redno izmenjavo informacij in primerov dobre prakse ter strukturirano sodelovanje med nacionalnimi kontaktnimi točkami in Komisijo glede vseh vidikov te uredbe. Spodbuja zlasti sodelovanje na ravni Unije pri uporabi in izvrševanju te uredbe ter v sodelovanju z ustreznimi deležniki omogoča lažjo pripravo smernic za podporo sponzorjem in ponudnikom storitev političnega oglaševanja pri izpolnjevanju zahtev iz te uredbe. Mreža nacionalnih kontaktnih točk se sestaja vsaj dvakrat letno in po potrebi na ustrezno utemeljeno zahtevo Komisije ali države članice. Tesno sodeluje z evropsko mrežo za volilno sodelovanje, skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve in drugimi ustreznimi mrežami ali telesi, da bi olajšala hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z nadzorom in izvrševanjem te uredbe. Komisija sodeluje na sestankih mreže nacionalnih kontaktnih točk in zagotavlja administrativno podporo.

9. Kadar država članica imenuje več kot en pristojni organ, zagotovi, da so posamezne naloge teh organov jasno opredeljene in da ti pri opravljanju svojih nalog med seboj tesno in učinkovito sodelujejo.

Vsaka država članica imenuje en pristojni organ kot nacionalno kontaktno točko na ravni Unije za namene vseh vidikov te uredbe.

Nacionalne kontaktne točke podpirajo in spodbujajo učinkovito sodelovanje med pristojnimi nacionalnimi organi ter nacionalnimi kontaktnimi točkami drugih držav članic. Države članice javno objavijo kontaktne podatke o svojih nacionalnih kontaktnih točkah. Zadevne države članice, kadar je ustrezno, mreži nacionalnih kontaktnih točk sporočijo imena drugih pristojnih organov in njihove naloge.

Člen 23

Čezmejno sodelovanje

1. Za skladnost ponudnikov storitev političnega oglaševanja in sponzorjev s to uredbo je pristojna država članica, v kateri ima ponudnik sedež. Če ima ponudnik sedež v več kot eni državi članici, se šteje, da spada pod jurisdikcijo države članice, v kateri ima glavni sedež.

2. Brez poseganja v člen 22(1) in (2) ter odstavek 1 tega člena, pristojni organ ali organi vseh držav članic po potrebi sodelujejo in si pomagajo.

3. Pristojni organ po prejemu utemeljene prošnje drugega pristojnega organa temu pristojnemu organu brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje v enem mesecu po prejemu prošnje zagotovi pomoč, da se lahko nadzorni ali izvršilni ukrepi iz člena 22(5) izvedejo na uspešen, učinkovit in dosleden način. Pristojni organ po prejemu obrazložene prošnje za informacije od pristojnega organa iz druge države članice temu pristojnemu organu prek nacionalnih kontaktnih točk iz člena 22(9) brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje v 14 dneh po prejemu prošnje zagotovi zahtevane informacije. Ta rok se lahko podaljša do enega meseca v primerih, v katerih je potrebna dodatna preiskava ali se zahtevajo informacije od več pristojnih organov.

4. Kadar ima pristojni nacionalni organ države članice razloge za sum, da je bila na njenem ozemlju kršena ta uredba, o tem uradno obvesti pristojni organ glavnega sedeža ponudnika in od njega po potrebi zahteva, da oceni zadevo ter sprejme potrebne preiskovalne in izvršilne ukrepe iz odstavka 7.

5. Uradno obvestilo na podlagi odstavka 4 mora biti utemeljeno, ustrezno obrazloženo in sorazmerno ter navajati vsaj:

(a) informacije, ki omogočajo identifikacijo sponzorja ali ponudnika storitev političnega oglaševanja;

(b) opis ustreznih dejstev, ustreznih določb te uredbe in razlogov, zakaj pristojni organ, ki je podal uradno obvestilo, sumi na kršitev te uredbe, vključno, kadar je ustrezno, z opisom okoliščin, ki omogočajo oceno meril iz člena 25(4);

(c) informacije o tem, kje je mogoče pridobiti zadevni politični oglas ali njegovo kopijo;

(d) vse druge informacije, za katere pristojni organ, ki je poslal uradno obvestilo, meni, da so relevantne, po potrebi tudi informacije, zbrane na njegovo lastno pobudo.

6. Kadar pristojni organ glavnega sedeža nima dovolj informacij, da bi ukrepal na podlagi uradnega obvestila, prejetega na podlagi odstavka 4, lahko od pristojnega organa, ki je poslal uradno obvestilo, zahteva dodatne informacije. Ko pristojni organ prejme tako zahtevo, zahtevane informacije zagotovi brez nepotrebnega odlašanja.

Rok iz odstavka 7 se prekine do predložitve navedenih dodatnih informacij.

7. Pristojni organ glavnega sedeža brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje en mesec po prejemu uradnega obvestila iz odstavka 4 ali, kadar je primerno, informacij iz odstavka 6 pristojnemu organu, ki je poslal uradno obvestilo, in mreži nacionalnih kontaktnih točk sporoči svojo oceno domnevne kršitve in informacije o preiskovalnih ali izvršilnih ukrepih, ki so bili ali se nameravajo sprejeti, da se zagotovi skladnost s to uredbo.

8. Kadar se preiskava domnevne kršitve nanaša na opravljanje storitev političnega oglaševanja v eni ali več državah članicah, v katerih ponudnik storitev političnega oglaševanja nima glavnega sedeža, lahko pristojni organ glavnega sedeža začne in vodi skupno preiskavo s sodelovanjem pristojnega organa ali organov teh držav članic:

(a) na lastno pobudo in po pridobitvi soglasja zaprošenega pristojnega organa ali organov ali

(b) na zahtevo drugega pristojnega organa ali organov na podlagi utemeljenih razlogov za sum, da je ponudnik storitev političnega oglaševanja s sedežem v državi članici, v kateri ima glavni sedež, z opravljanjem storitev političnega oglaševanja kršil to uredbo ali znatno vplival na posameznike na ozemlju pristojnega organa ali organov, ki so predložili zahtevo.

9. Za namene odstavka 8 pristojni organ, ki zahteva začetek skupne preiskave, drugemu pristojnemu organu ali organom zagotovi informacije iz odstavka 5. Če se pristojni organ odloči, da ne bo sodeloval v skupni preiskavi, drugemu pristojnemu organu ali organom v zvezi s tem predloži utemeljeno obrazložitev.

10. Pristojni organi pri izvajanju skupne preiskave sodelujejo v dobri veri in izvajajo svoja preiskovalna pooblastila, kot je potrebno za preiskavo domnevne kršitve. Pristojni organi, ki izvajajo skupno preiskavo, drug drugega obveščajo o vseh ustreznih izvršilnih ukrepih, ki jih uvedejo ali jih nameravajo uvesti.

Člen 24

Pravica do vložitve pritožbe

Brez poseganja v druge upravne postopke ali pravna sredstva pristojni organi ustrezno obravnavajo vse prijave morebitnih kršitev te uredbe ter na zahtevo obvestijo osebo ali subjekt, ki je poslal prijavo, o nadaljnjem ukrepanju. V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumi se vse prijave, ki so bile prejete v zvezi s temi volitvami ali referendumi, obravnavajo brez nepotrebnega odlašanja.

Pristojni organi brez nepotrebnega odlašanja posredujejo pritožbe, za katere je pristojen drug pristojni organ v drugi državi članici, temu pristojnemu organu.

Člen 25

Sankcije

1. Države članice določijo pravila o sankcijah ali drugih potrebnih ukrepih, ki se uporabljajo za sponzorje ali ponudnike storitev političnega oglaševanja za kršitve členov 5 do 17, 20 in 21, ter sprejmejo vse potrebne ukrepe za zagotovitev, da se te sankcije izvajajo pravočasno.

Te sankcije morajo biti učinkovite, sorazmerne in odvračilne. Pri določanju pravil o sankcijah države članice upoštevajo pravila, ki urejajo svobodo tiska in svobodo izražanja v drugih medijih, ter pravila ali kodekse za novinarski poklic.

2. Najvišji znesek denarne kazni, ki se lahko naloži, temelji na ekonomski zmožnosti subjekta, za katerega veljajo sankcije, in znaša:

(a) 6 % letnih prihodkov ali proračuna sponzorja ali ponudnika storitev političnega oglaševanja, kakor je ustrezno in kar je višje, ali

(b) 6 % svetovnega letnega prometa sponzorja ali ponudnika storitev političnega oglaševanja v predhodnem poslovnem letu.

3. Države članice do 10. januarja 2026 o teh pravilih in ukrepih uradno obvestijo Komisijo in jo brez odlašanja uradno obvestijo o vsakršni naknadni spremembi, ki nanje vpliva.

4. Pri odločanju o vrsti sankcij in njihovi ravni se za vsak posamezni primer med drugim ustrezno upošteva:

(a) narava, resnost, ponavljanje in trajanje kršitve;

(b) ali je kršitev naklepna ali posledica malomarnosti;

(c) morebitni ukrepi za ublažitev škode;

(d) morebitne relevantne predhodne kršitve in vse druge oteževalne ali olajševalne okoliščine v zvezi s primerom;

(e) raven sodelovanja s pristojnim organom ter

(f) velikost in ekonomska zmožnost subjekta, za katerega veljajo sankcije, kadar je to primerno.

5. Kršitve členov 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 in 18 se štejejo za posebej hude, kadar zadevajo politično oglaševanje, ki se izda ali razširja v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom in je usmerjeno na državljane v državi članici, v kateri potekajo zadevne volitve ali referendum. Države članice lahko naložijo tudi periodične denarne kazni, da bi sponzorje, ponudnike storitev političnega oglaševanja in izdajatelje političnega oglaševanja prisilile, da odpravijo resno in ponavljajočo se kršitev te uredbe.

6. Za kršitve obveznosti iz členov 18 in 19 te uredbe lahko nadzorni organi iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 v okviru svojih pristojnosti naložijo globe v skladu s členom 83 Uredbe (EU) 2016/679 in do zneska iz člena 83(5) navedene uredbe.

7. Za kršitve obveznosti iz členov 18 in 19 te uredbe lahko Evropski nadzornik za varstvo podatkov iz člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 v okviru svojih pristojnosti naloži globe v skladu s členom 66 Uredbe (EU) 2018/1725 in do zneska iz člena 66(3) navedene uredbe.

8. Države članice letno poročajo Komisiji o sankcijah, naloženih z namenom izvrševanja določb te uredbe, zlasti o vrsti uporabljenih sankcij ter znesku glob in denarnih kazni. Komisija upošteva te informacije pri pripravi poročila, ki se zahteva na podlagi člena 27.

Člen 26

Objava datumov volitev in referendumov

1. Države članice objavijo datume volitev in referendumov ter, kadar je primerno, volilnih obdobij na lahko dostopnem mestu in z ustreznim sklicem na to uredbo.

2. Komisija zagotovi portal, prek katerega države članice takoj po razpisu objavijo datume svojih volitev in referendumov ter, kadar je primerno, volilnih obdobij. Portal je javno dostopen.

POGLAVJE V

KONČNE DOLOČBE

Člen 27

Ocena in pregled

Komisija Evropskemu parlamentu in Svetu predloži poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament. V tem poročilu, ki se objavi, oceni potrebo po spremembi te uredbe, zlasti kar zadeva:

(a) področje uporabe te uredbe in opredelitev političnega oglaševanja v členu 3, točka 2;

(b) učinkovitost te uredbe v zvezi s posebnimi sredstvi političnega oglaševanja;

(c) učinkovitost ukrepov za preglednost, zlasti izjave in mehanizmov za ugotavljanje politične narave storitve oglaševanja ali oglasa iz členov 7 in 8;

(d) učinkovitost pravil, s katerimi je omejena obdelava osebnih podatkov za namene tehnik ciljanja in tehnik prikazovanja oglasov;

(e) učinkovitost strukture nadzora in izvrševanja ter vrsto in višino sankcij, ki jih naložijo države članice;

(f) učinek te uredbe na medijske akterje, ki se na podlagi člena 3(1), (2) in (3) Direktive 2013/34/EU štejejo za mikro, mala in srednja podjetja;

(g) učinkovitost te uredbe glede na tehnološki, znanstveni in drug razvoj;

(h) način, kako ta uredba medsebojno učinkuje s pravnimi akti Unije iz člena 2(3);

(i) napredek, dosežen pri vzpostavitvi evropskega odložišča, in njegovo poznejše delovanje.

Člen 28

Izvajanje pooblastila

1. Pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov je preneseno na Komisijo pod pogoji, določenimi v tem členu.

2. Pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov iz člena 12(6) in člena 19(5) se prenese na Komisijo za obdobje štirih let od 9. aprila 2024. Komisija pripravi poročilo o prenosu pooblastila najpozneje devet mesecev pred koncem štiriletnega obdobja. Prenos pooblastila se samodejno podaljšuje za enako dolga obdobja, razen če Evropski parlament ali Svet nasprotuje temu podaljšanju najpozneje tri mesece pred koncem vsakega obdobja.

3. Prenos pooblastila iz člena 12(6) in člena 19(5) lahko kadar koli prekliče Evropski parlament ali Svet. S sklepom o preklicu preneha veljati prenos pooblastila iz navedenega sklepa. Sklep začne učinkovati dan po njegovi objavi v *Uradnem listu Evropske unije* ali na poznejši dan, ki je določen v navedenem sklepu. Sklep ne vpliva na veljavnost že veljavnih delegiranih aktov.

4. Komisija se pred sprejetjem delegiranega akta posvetuje s strokovnjaki, ki jih imenujejo države članice, v skladu z načeli, določenimi v Medinstitucionalnem sporazumu z dne 13. aprila 2016 o boljši pripravi zakonodaje.

5. Komisija takoj po sprejetju delegiranega akta o njem sočasno uradno obvesti Evropski parlament in Svet.

6. Delegirani akt, sprejet na podlagi člena 12(6) ali člena 19(5), začne veljati le, če mu niti Evropski parlament niti Svet ne nasprotuje v roku dveh mesecev od uradnega obvestila Evropskemu parlamentu in Svetu o tem aktu ali če pred iztekom tega roka tako Evropski parlament kot Svet obvestita Komisijo, da mu ne bosta nasprotovala. Ta rok se na pobudo Evropskega parlamenta ali Sveta podaljša za dva meseca.

Člen 29

Postopek v odboru

1. Komisiji pomaga odbor. Ta odbor je odbor v smislu Uredbe (EU) št. 182/2011.

2. Pri sklicevanju na ta odstavek se uporablja člen 5 Uredbe (EU) št. 182/2011.

Člen 30

Začetek veljavnosti in uporaba

1. Ta uredba začne veljati dvajseti dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.

2. Uporablja se od 10. oktobra 2025. Vendar se v okviru področja uporabe te uredbe člen 3 in člen 5(1) uporabljata od datuma začetka njene veljavnosti.

Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Strasbourgu, 13. marca 2024

Za Evropski parlament	*Za Svet*
predsednica	*predsednica*
R. METSOLA	H. LAHBIB