EVROPSKA
KOMISIJA

Bruselj, 25.11.2021
COM(2021) 731 final

2021/0381 (COD)

Predlog

UREDBA EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA

o preglednosti in ciljanem političnem oglaševanju

(Besedilo velja za EGP)

{SEC(2021) 575 final} - {SWD(2021) 355 final} - {SWD(2021) 356 final}

OBRAZLOŽITVENI MEMORANDUM

1. OZADJE PREDLOGA

• Razlogi za predlog in njegovi cilji

Cilj tega predloga je v prvi vrsti prispevati k pravilnemu delovanju **notranjega trga za politično oglaševanje** z določitvijo harmoniziranih pravil za **visoko raven preglednosti političnega oglaševanja in s tem povezanih storitev**. Ta pravila **se bodo uporabljala za ponudnike storitev političnega oglaševanja**.

Namen predloga je tudi zaščititi fizične osebe pri obdelavi osebnih podatkov z določitvijo pravil o uporabi tehnik **ciljanja in ojačevanja** v kontekstu političnega oglaševanja. Ta pravila **se bodo uporabljala ne le za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ampak za vse upravljavce**, ki bodo uporabljali take tehnike ciljanja in ojačevanja.

Ker se oglaševanje, vključno s političnim oglaševanjem, običajno opravlja za plačilo, pomeni storitveno dejavnost v skladu s členom 57 Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU). To velja tudi za različne dejavnosti, povezane s političnim oglaševanjem, vključno s pripravo vsebin in kampanj, njihovo oddajo v razširjanje distribucijskemu mediju ter njihovo objavo in razširjanjem. Zato fizične in pravne osebe iz EU, ki te storitve opravljajo čezmejno, uživajo temeljne svoboščine, zlasti pravico do ustanavljanja in prosti pretok storitev, ki sta med temeljnimi načeli pravnega reda EU. Čezmejno opravljanje storitev vključuje svobodo ponujanja in opravljanja storitev v državi članici, ki ni država članica sedeža. Prav tako vključuje svobodo čezmejnega prejemanja storitev. Prosti pretok storitev ne zajema le primerov, v katerih se ponudnik ali prejemnik gibljeta prek meja, ampak tudi primere, v katerih se storitev opravlja čezmejno. Opravljanje oglaševalskih storitev je v različnih državah članicah urejeno na različne načine glede na medij, ki se uporablja za objavo ali razširjanje oglasov (npr. tisk, avdiovizualni medij, spletne platforme), in glede na namen veljavnih pravil (npr. varstvo potrošnikov). Za storitve političnega oglaševanja veljajo dodatna posebna pravila, ki nalagajo obveznosti sponzorjem, zlasti političnim akterjem, in ponudnikom storitev.

Storitve političnega oglaševanja v EU se razvijajo. Zaradi splošne rasti in zlasti znatnega porasta ustreznih spletnih storitev v okviru razdrobljene ureditve, ki se ne izvršuje enakomerno, so se pojavili pomisleki, da notranji trg trenutno ne more zagotavljati visokega standarda preglednosti političnega oglaševanja, ki bi zagotovil pošten in odprt demokratični proces v vseh državah članicah. Takšni pomisleki glede regulativnih vrzeli in pomanjkljive preglednosti so nekatere države članice že spodbudili k poseganju z ukrepi, medtem ko druge to načrtujejo, vendar ukrepi na nacionalni ravni ne morejo zapolniti vrzeli v čezmejnem izvrševanju.

Nacionalna ureditev političnega oglaševanja ponudnikom storitev političnega oglaševanja nalaga obveznosti, ki pogojujejo razpoložljivost političnega oglaševanja in določajo njegove vsebinske elemente, da se zagotovi določena preglednost. Cilj takih nacionalnih pravil je med drugim zagotoviti odgovornost in na splošno pošten in odprt politični proces, tudi s tem, da podpirajo spremljanje, ali politični akterji izpolnjujejo ustrezne obveznosti. Ta **nacionalna pravila so močno razdrobljena**, tudi kar zadeva ustrezne opredelitve pojmov in naravo obveznosti.

Razdrobljene opredelitve političnega oglaševanja v državah članicah pomenijo izziv pri ugotavljanju, ali se oglaševanje šteje za politično. Obseg in vsebina obveznosti glede preglednosti, ki veljajo za ponudnike storitev, povezanih s političnim oglaševanjem, v državah članicah in med državami članicami, se precej razlikujeta, in sicer sta odvisna od sredstev in nacionalnih političnih tradicij, kar vodi v razdrobljenost. Nekatere države članice prepovedujejo samo anonimno politično oglaševanje, druge zahtevajo, da so na oglasu prikazane posebne informacije o financiranju ali identiteti sponzorja, nekatere države članice pa določajo zahteve glede označevanja političnih oglasov ali jasnega ločevanja med oglaševanjem in uredniško vsebino.

Tehnološke spremembe – zlasti v spletnem okolju, ki je omogočilo širjenje različnih novih medijev ter načinov financiranja, priprave, oddaje v razširjanje, promocije, izdajanja in razširjanja političnega oglaševanja – **so povečale razdrobljenost in poglobile vprašanja, povezana s spremljanjem in izvrševanjem**. Včasih ni jasno, ali zahteve, ki jih lahko določajo splošna pravila volilne zakonodaje, veljajo za vse medije, tudi v spletnem okolju, kar je vir dodatne pravne negotovosti za ponudnike storitev političnega oglaševanja.

Ta razdrobljenost se bo povečala, ko bodo države članice oblikovale nova pravila za zagotavljanje preglednosti političnega oglaševanja, zlasti zaradi tehnološkega razvoja. Nova *ad hoc* nacionalna pravila bodo verjetno povečala razdrobljenost bistvenih elementov preglednosti, kot so informacije, ki jih je treba objaviti, in njihova oblika ter področje uporabe teh zahtev. To bo verjetno tudi nadalje zmanjšalo pravno varnost, tako za ponudnike storitev političnega oglaševanja kot tudi za sponzorje oglasov.

Ta **razdrobljenost** zahtev glede preglednosti ustvarja ovire za zagotavljanje storitev. Ponudnikom storitev povzroča **posebne stroške zagotavljanja skladnosti**, saj morajo vložiti vire v ugotavljanje veljavnih standardov in prilagajanje oglaševanja različnim jurisdikcijam, hkrati pa je vir pravne negotovosti, kar zadeva zahteve glede preglednosti, ki veljajo za politično oglaševanje. Prav tako imajo ponudniki storitev, ki bi lahko svoje storitve, povezane s političnim oglaševanjem, ponujali v različnih državah članicah, zaradi razdrobljenosti **manj možnosti**, da bi vstopili na trg v drugih državah članicah ali razvili nove storitve. S tem tudi **omejuje možnosti za prejemnike storitev** na notranjem trgu ter možnosti in ponudbo čezmejnih kampanj. Zlasti mala in srednja podjetja (MSP) morda nimajo zmogljivosti za ugotavljanje vseh različnih nacionalnih zahtev in postopkov ter prilagajanje na njih. Ponudniki storitev političnega oglaševanja so pomisleke o teh ovirah izrazili med posvetovanjem, opravljenim med pripravo tega predloga.

To vpliva tudi na državljane in pristojne organe, saj se lahko izdajatelji političnega oglaševanja in ponudniki povezanih storitev nahajajo v drugi državi članici kot državljani, ki jim je politično oglaševanje namenjeno, s čimer se zastavljajo posebna vprašanja, povezana z nadzorom.

Hitre tehnološke spremembe, vse bolj razdrobljen in težaven regulativni okvir ter vedno večja sredstva, namenjena političnemu oglaševanju, **kažejo, da je treba ukrepati** na ravni EU, da bi zagotovili prosti pretok storitev političnega oglaševanja po vsej Uniji, obenem pa tudi visok standard preglednosti, ki omogoča bolj odprte in poštene volilne procese v EU.

Predlagani ukrepi temeljijo na analizi obstoječe ali načrtovane zakonodaje držav članic na področju političnega oglaševanja.

Glede na pravkar opisane okoliščine bi se morale s tem predlogom zagotoviti harmonizirane zahteve glede preglednosti za gospodarske akterje, ki zagotavljajo politično oglaševanje in povezane storitve (tj. dejavnosti, ki se običajno opravljajo za plačilo) v zvezi s pripravo,

oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanjem in razširjanjem političnega oglaševanja, oziroma za oglaševanje, namenjeno državljanom v državi članici.

Cilj tega predloga je tudi zaščititi fizične osebe pri obdelavi osebnih podatkov z določitvijo pravil o uporabi tehnik ciljanja v okviru razširjanja političnega oglaševanja.

Osebni podatki, pridobljeni neposredno od državljanov ali prek njihove spletne dejavnosti in vedenjskega profiliranja ter drugih analiz, **se uporabljajo za ciljanje s političnimi sporočili** z usmerjanjem oglasov na različne skupine državljanov ter za **ojačevanje njihovega učinka in razširjanja**, tako da se prilagodita vsebina in njeno razširjanje na podlagi značilnosti, določenih z obdelavo teh osebnih podatkov in njihovo analizo. Ugotovljeno je bilo, da ima obdelava osebnih podatkov za take namene, zlasti podatkov, ki se štejejo za občutljive v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2018/1725, **posebne negativne učinke na pravice državljanov** do sprejemanja političnih odločitev in uveljavljanja svojih volilnih pravic, tudi na svobodo izražanja mnenja in svobodo obveščanja. Nekatere države članice so tudi poskusile posredovati v zvezi s ciljanjem oziroma o tem razmišljajo. Glede na to, da so pravila o varstvu posameznikov pri obdelavi njihovih osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov harmonizirana, je potrebno in primerno ukrepanje na ravni Unije, da bi se zagotovilo posebno dodatno varstvo osebnih podatkov, kadar se uporabljajo v okviru ciljanega političnega oglaševanja.

Zato bi moral ta predlog obravnavati tudi uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja v okviru izdajanja, razširjanja ali promocije političnega oglaševanja, ki vključuje obdelavo osebnih podatkov s strani vseh upravljavcev, tj. ne samo ponudnikov storitev političnega oglaševanja.

Predsednica Komisije je v političnih usmeritvah napovedala, da bo treba ta vprašanja obravnavati, kar je skladno tudi z akcijskim načrtom za evropsko demokracijo[1], ki ga je Komisija predstavila decembra 2020. Akcijski načrt je priznal potrebo po večji preglednosti pri političnem oglaševanju in komuniciranju ter pri s tem povezanih komercialnih dejavnostih, da bi lahko državljani, civilna družba in pristojni organi imeli jasen vpogled v vir in namen takega oglaševanja.

Ti ukrepi morajo biti vzpostavljeni leta 2023, da bodo učinkoviti še pred volitvami v Evropski parlament leta 2024.

- **Skladnost z veljavnimi predpisi s področja zadevne politike**

Ta predlog dopolnjuje predlog akta o digitalnih storitvah[2] (v nadaljnjem besedilu: akt o digitalnih storitvah), ki vključuje nekatere splošne obveznosti glede preglednosti spletnega oglaševanja za spletne posrednike, in širši okvir EU za trg digitalnih storitev[3]. Zajemal bo tako spletne kot tudi nespletne dejavnosti. V primerjavi z aktom o digitalnih storitvah razširja vrste informacij, ki jih je treba razkriti v okviru političnega oglaševanja, in ponudnike storitev, ki jih obveznosti zadevajo. Medtem ko akt o digitalnih storitvah določa zahteve glede

[1] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=COM%3A2020%3A790%3AFIN&qid=1607079662423.

[2] https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12418-Svezenj-akta-o-digitalnih-storitvah-predhodni-regulativni-instrument-zelo-velikih-spletnih-platform-ki-delujejo-kot-vratarji_sl in https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-Akt-o-digitalnih-storitvah-poglobitev-notranjega-trga-in-pojasnitev-odgovornosti-za-digitalne-storitve_sl.

[3] Ta vključuje nezavezujoče https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online in prostovoljne ukrepe https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=42985.

preglednosti za spletne platforme, ta pobuda zajema celoten spekter izdajateljev političnega oglaševanja in druge ustrezne ponudnike storitev, ki sodelujejo pri pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdajanju in razširjanju političnega oglaševanja. Zahteva iz akta, da zelo velike spletne platforme ocenijo sistemska tveganja, ki izvirajo iz delovanja in uporabe sistemov za izbiro in prikazovanje oglasov in imajo dejanske ali predvidljive učinke na volilne procese, se s tem predlogom dopolni in doseže sinergijo.

Predlog je skladen z volilnim svežnjem, predstavljenim septembra 2018, vključno s priporočilom o mrežah za volilno sodelovanje, spletni preglednosti, zaščiti pred kibernetskimi incidenti in boju proti dezinformacijskim kampanjam[4], ki spodbuja sodelovanje med pristojnimi organi na nacionalni ravni in na ravni Unije za zaščito volitev ter vsebuje posebna priporočila za spodbujanje preglednosti političnega komuniciranja in smernice o uporabi prava Unije o varstvu podatkov, ki podpirajo skladnost z Uredbo (EU) 2016/679.

Uredba (EU) 2016/679 in druga pravila Unije o varstvu osebnih podatkov in zasebnosti komunikacij (vključno z Uredbo (EU) 2018/1725 in Direktivo 2002/58/ES) se že uporabljajo za obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja. Ta predlagana uredba nadgrajuje in dopolnjuje določbe, ki se uporabljajo za obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja iz Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725. Kodificira elemente smernic, ki jih je zagotovil Evropski odbor za varstvo podatkov, tako da določa obvezne informacije, ki jih je treba zagotoviti posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, v okviru političnega oglaševanja (vir podatkov in razlogi za zadevno obdelavo)[5].

Prav tako gradi na kodeksu ravnanja EU glede dezinformacij, ki vsebuje zaveze spletnih platform glede preglednosti političnega in tematskega oglaševanja ter ga trenutno pregledujejo obstoječi in bodoči podpisniki kodeksa v skladu s smernicami Komisije za okrepitev kodeksa ravnanja[6]. Zaveze in ukrepi, sprejeti na podlagi kodeksa ravnanja, bi morali premostiti vrzel do sedanje zakonodaje s praktičnimi panožnimi rešitvami. Ko bo ta zakonodaja sprejeta, bi morali podpisniki kodeksa izvajati in dopolnjevati njena pravila tudi v okviru kodeksa ravnanja.

V obsegu, v katerem take obveznosti spadajo v pristojnost regulativnih organov, imenovanih na podlagi teh obstoječih okvirov, bi jih morali spremljati in izvrševati isti organi, usklajevati pa bi jih morale ustrezne obstoječe in predvidene evropske strukture sodelovanja, vključno z Evropskim odborom za varstvo podatkov. Evropska mreža za volilno sodelovanje, ki je bila ustanovljena leta 2018 in združuje kontaktne točke nacionalnih mrež za volitve, sestavljene iz različnih organov s pristojnostmi na tem področju, bi morala zagotoviti okvir za podpiranje okrepljenega usklajevanja in izmenjave najboljših praks med pristojnimi organi v okviru političnega oglaševanja.

- **Skladnost z drugimi politikami Unije**

Ta predlog je tesno povezan tudi z delom v okviru drugih pobud iz svežnja o preglednosti in svežnja o demokraciji, predvidenih v delovnem programu Komisije[7].

---

4 https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/soteu2018-cybersecurity-elections-recommendation-5949_en.pdf

5 https://edpb.europa.eu/system/files/2021-11/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_sl_0.pdf.

6 Smernice Evropske komisije za okrepitev kodeksa ravnanja glede dezinformacij (COM(2021) 262 final): https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation.

7 https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2021_commission_work_programme_annexes_en.pdf

Akcijski načrt za evropsko demokracijo vključuje številne pobude za zaščito integritete volitev in spodbujanje demokratične udeležbe. Med drugim gradi na izkušnjah, pridobljenih v okviru izvajanja volilnega svežnja Komisije iz leta 2018[8], in na delu evropske mreže za volilno sodelovanje.

Ta predlog dopolnjuje tudi predlog za spremembo Uredbe (EU) št. 1141/2014 o statutu in financiranju evropskih političnih strank in fundacij. Sprememba navedene uredbe, ki jo je predstavila Komisija, vsebuje posebna pravila, katerih namen je zagotoviti, da evropske politične stranke pri razširjanju političnih oglasov upoštevajo visoke standarde preglednosti.

Predlog je prav tako v sinergiji z zunanjimi prizadevanji EU na področju opazovanja volitev (misijami EU za opazovanje volitev in nadaljnjimi ukrepi na podlagi misij). Misije za opazovanje volitev ocenjujejo spletno politično oglaševanje med volilnimi kampanjami in lahko priporočijo ukrepe za izboljšanje regulativnega okvira med volilnim procesom. Evropska unija nato skupaj z mednarodnimi partnerji svetuje partnerskim državam pri izvajanju teh priporočil in jih podpira. V okviru deklaracije o načelih za mednarodno opazovanje volitev so bile razvite skupne smernice za opazovanje spletnih kampanj, ki so jih odobrili ZN.

2. PRAVNA PODLAGA, SUBSIDIARNOST IN SORAZMERNOST

• Pravna podlaga

Pravna podlaga tega predloga je predvsem člen 114 Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU), ki določa sprejetje ukrepov za zagotovitev vzpostavitve in delovanja notranjega trga. Ta določba omogoča ukrepe za približevanje določb zakonov in drugih predpisov v državah članicah, katerih namen je vzpostavitev in delovanje notranjega trga. Je ustrezna pravna podlaga za posredovanje, ki zajema ponudnike storitev na notranjem trgu in obravnava razlike med določbami držav članic, ki ovirajo temeljne svoboščine in neposredno vplivajo na delovanje notranjega trga.

Razlike v nacionalnih zakonodajah obstajajo in se spreminjajo, saj so nekatere države članice sprejele ali nameravajo sprejeti zakonodajo o zahtevah glede preglednosti za storitve političnega oglaševanja. To ustvarja regulativno razdrobljenost, saj se pravila, ki obravnavajo preglednost storitev političnega oglaševanja, razlikujejo v posebnih elementih preglednosti, ki jih zahtevajo (informacije, ki jih je treba razkriti skupaj z oglasom, in njihova oblika), in njihovem področju uporabe (vrste oglasov, ki štejejo za politične, in zajeti mediji), ter povečuje stroške zagotavljanja skladnosti za ponudnike storitev, ki delujejo na notranjem trgu. Brez ukrepanja na ravni Unije se bo razdrobljenost še povečala, kajti v nekaterih državah članicah bodo sprejete nove pobude, v drugih državah članicah pa bodo vprašanja preglednosti storitev političnega oglaševanja ostala neobravnavana. Harmonizacija na ravni EU je zato nujna, ustrezna pravna podlaga za to pobudo pa je člen 114 PDEU. S to pobudo se bodo odpravile nekatere obstoječe ovire, povezane s preglednostjo, hkrati pa se bo dejansko okrepilo delovanje notranjega trga. Glede na pristojnosti Unije za delovanje notranjega trga ni potrebno niti primerno posredovanje z nacionalnimi pravili, ki omejujejo razpoložljivost storitev političnega oglaševanja na določene kategorije sponzorjev ali obdobja oziroma ki omejujejo financiranje ali medij, ki se lahko uporabi. Taka pravila so neločljivo povezana z nacionalno volilno zakonodajo in niso del delovanja notranjega trga.

[8] Glej https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/eu-citizenship/electoral-rights_en.

Ker ta predlog vsebuje nekatera posebna pravila o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov, zlasti omejitve tehnik ciljanja, za katere se šteje, da negativno vplivajo na pravice, kadar se uporabljajo v okviru političnega oglaševanja, je poleg tega primerno, da ta uredba, kolikor zadeva ta posebna pravila, temelji na členu 16 PDEU.

- **Subsidiarnost (za neizključno pristojnost)**

V skladu z načelom subsidiarnosti iz člena 5(3) Pogodbe o Evropski uniji (PEU) se ukrepi na ravni EU sprejmejo le, če države članice zastavljenih ciljev ne morejo zadovoljivo doseči same, temveč se zaradi obsega ali učinkov predlaganega ukrepa lažje dosežejo na ravni EU.

Več držav članic je sprejelo ali namerava sprejeti zakonodajo na področju preglednosti političnega oglaševanja. Ker se ta pravila razlikujejo glede na njihovo področje uporabe, vsebino in učinek, se razvija neenoten okvir nacionalnih pravil, pri katerem obstaja tveganje, da bo postal še bolj razdrobljen. To ogroža učinkovito uresničevanje svobode ustanavljanja in svobode opravljanja storitev v Uniji.

Poleg tega čezmejna narava nekaterih dejavnosti, tudi v spletnem okolju, pomeni velike izzive za izključno nacionalne ureditve na tem področju. Ni verjetno, da bi države članice s samostojnim ukrepanjem lahko učinkovito obravnavale ugotovljene težave. Prav tako je v praksi težko razlikovati med povsem notranjimi in potencialno čezmejnimi primeri.

Potreba po posredovanju EU se je pokazala tudi z ukrepi nekaterih ponudnikov storitev političnega oglaševanja in političnih akterjev, ki jih uporabljajo. Med zadnjimi evropskimi volitvami so nekatere velike spletne platforme sprejele ukrepe za reševanje izzivov, ki ga predstavljata pravna negotovost in razdrobljenost notranjega trga, zaradi česar je bil trg razdeljen. To se je izkazalo za znatno težavo za sponzorje političnega oglaševanja, tj. politične stranke, ki želijo izdajati in razširjati politične oglase po vsej EU.

Skupni visoki standardi EU glede preglednosti političnega oglaševanja in s tem povezanih storitev bi povečali pravno varnost, zlasti za ponudnike storitev. Naraščajoči stroški zagotavljanja skladnosti pri čezmejnem opravljanju storitev bi odpadli, tveganje neskladnosti pa bi se zmanjšalo. S tem bi se odpravila spodbuda za ponudnike storitev političnega oglaševanja, da delijo notranji trg, ter zagotovila nova spodbuda za zagotavljanje čezmejnih storitev in razvoj novih.

Nasprotno pa bi bili učinki kakršnih koli ukrepov, sprejetih v skladu z nacionalnim pravom, omejeni na eno samo državo članico, zato bi obstajalo tveganje izogibanja ukrepom, ponudnike storitev iz drugih držav članic bi bilo težko nadzorovati, ukrepi pa bi lahko bili v nasprotju z načelom prostega pretoka na notranjem trgu. Na ta način se prav tako ne bi rešile težave, ugotovljene na ravni EU, posledice razdrobljenosti pa bi se lahko še poslabšale. Sistem EU bi pristojnim organom pomagal pri funkciji nadzora, drugim deležnikom pa pri opravljanju njihove vloge v demokratičnem procesu, hkrati pa bi izboljšal splošno odpornost EU proti manipulaciji z informacijami in poseganju v volilne procese, vključno z dezinformacijami.

Predlagana uredba ne presega tistega, kar je nujno potrebno, in zlasti ne obravnava drugih vprašanj, povezanih s političnim oglaševanjem, ki presegajo preglednost in uporabo tehnik ciljanja. Ne posega v druge vidike, ki so urejeni na nacionalni ravni, kot so zakonitost vsebine političnih oglasov, obdobja, v katerih so oglasi dovoljeni, ali narava udeležencev v demokratičnem procesu.

Ta predlagana uredba ne predvideva nujno ustanovitve dodatnih organov ali teles na ravni držav članic. Nadzor in izvrševanje določb se zaupa ustreznim pristojnim nacionalnim organom, vključno s tistimi, ki imajo določene naloge na podlagi veljavne povezane zakonodaje Unije. Države članice lahko zato imenujejo obstoječe sektorske organe in izkoristijo njihovo strokovno znanje, ti organi pa bodo pooblaščeni tudi za spremljanje in izvrševanje določb te uredbe. Države članice bodo morale zagotoviti, da imajo ti organi potrebne zmogljivosti za zagotavljanje varstva pravic državljanov v okviru preglednega političnega oglaševanja.

Države članice se bodo opirale na strukturo sodelovanja, določeno na ravni Unije. Organom, imenovanim na podlagi Uredbe (EU) 2016/679, bodo morale naložiti spremljanje skladnosti z določbami o ciljanju iz te uredbe. Evropski odbor za varstvo podatkov in mehanizem za skladnost, vzpostavljen z navedeno uredbo, se bosta ustrezno uporabljala.

Ta uredba bo podprla nacionalne pristojne organe pri učinkovitejšem opravljanju njihovih nalog, zlasti kar zadeva spletno in čezmejno oglaševanje, tako da bo zahtevala zagotavljanje informacij o storitvah političnega oglaševanja.

Sodelovanje med pristojnimi organi pri opravljanju njihovih nalog bo pri tem bistvenega pomena. Nacionalne mreže za volitve, vzpostavljene na podlagi Priporočila C(2018) 5949 final, zagotavljajo strukturo za tako sodelovanje med organi na nacionalni ravni ter omogočajo upoštevanje pristojnosti vsakega organa, ki je del te mreže.

Komisija bo podpirala sodelovanje med organi na ravni Unije, tudi v okviru evropske mreže za volilno sodelovanje.

S tem se bo podprl nastanek reguliranega in inovativnega evropskega trga za storitve političnega oglaševanja, ki mu bodo državljani zaupali in ki bo podpiral celovitost demokratičnega procesa.

- **Sorazmernost**

Kar zadeva sorazmernost, vsebina in oblika predlaganega ukrepa ne presegata tistega, kar je nujno potrebno za doseganje cilja, tj. zagotovitev pravilnega delovanja notranjega trga.

Predlog temelji na obstoječih in prihodnjih pravnih okvirih EU, vključno z Uredbo (EU) 2016/679 in aktom o digitalnih storitvah, ter je sorazmeren in potreben za doseganje ciljev predloga. Predvideni ukrepi so potrebni za obravnavanje razdrobljenosti ustreznega regulativnega okvira.

Sorazmernost obveznosti glede preglednosti je bila skrbno proučena in se odraža na primer v določitvi asimetričnih obveznosti za različne vrste ponudnikov storitev političnega oglaševanja. Druge možnosti, kot sta prepoved zagotavljanja čezmejnih storitev političnega oglaševanja ali ciljanja za namene političnega oglaševanja v vseh primerih, so bile opuščene, saj so se zdele nesorazmerne za doseganje ciljev iz te uredbe.

Predlog določa omejene obveznosti glede preglednosti za vse ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki sodelujejo pri pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdajanju in razširjanju političnega oglaševanja, vključno z vodenjem evidenc o njihovi udeležbi v določenem političnem oglasu. Izdajatelji oglaševanja, ki so v neposrednem stiku z državljani, pa morajo po drugi strani izpolnjevati posebne obveznosti glede preglednosti, vključno s pripravo in objavo obvestila za preglednost za vsak objavljeni oglas. MSP so izvzeta iz rednega poročanja

o političnem oglaševanju in lahko kot kontaktno točko za stike s pristojnimi nacionalnimi organi imenujejo zunanjo osebo. Komisija namerava spodbujati prizadevanja za zagotavljanje skladnosti na podlagi te uredbe s podpiranjem usposabljanja, ozaveščanja in drugih ukrepov.

Stroški, ki jih bodo imeli gospodarski subjekti, so sorazmerni z doseženimi cilji ter gospodarskimi koristmi in koristmi za ugled, ki jih subjekti lahko pričakujejo na podlagi tega predloga. Odprava ovir, ki so posledica pravne negotovosti in razdrobljenosti, bo spodbudila razvoj evropske panoge storitev političnega oglaševanja na podlagi visokih standardov preglednosti in omogočila širitev obstoječih nacionalnih podjetij.

Omejitve ciljanja v političnem oglaševanju so sorazmerne, ker so po področju uporabe strogo omejene na posebne dejavnosti ciljanja v političnem okviru, za katere je bilo ugotovljeno, da pomenijo znatno tveganje za temeljne pravice posameznika.

- **Izbira instrumenta**

Člena 114 in 16 PDEU zakonodajalca pooblaščata za sprejemanje uredb in direktiv.

Uredba se šteje za najprimernejši pravni instrument za opredelitev okvira za preglednost političnega oglaševanja v Uniji. Izbiro uredbe kot pravnega instrumenta utemeljuje potreba po enotni uporabi novih pravil, kot so opredelitev političnega oglaševanja in obveznosti glede preglednosti, ki jih morajo izpolnjevati ponudniki storitev političnega oglaševanja pri pripravi ali razširjanju političnega oglaševanja.

Neposredna uporaba uredbe v skladu s členom 288 PDEU bo zmanjšala pravno razdrobljenost in zagotovila večjo pravno varnost z uvedbo visokih standardov glede preglednosti političnega oglaševanja, kar bo zagotovilo pravno varnost za ponudnike zadevnih storitev in preprečilo razlike, ki ovirajo svobodno opravljanje zadevnih storitev na notranjem trgu.

Ne glede na to določbe predlagane uredbe ne posegajo v nacionalne pristojnosti za organizacijo volilnega procesa in panogi dopuščajo, da določi standarde za učinkovito objavo in predložitev informacij, ki se zahtevajo v skladu z uredbo, da bi se poenostavilo zagotavljanje skladnosti in spodbudile inovacije.

Kar zadeva opredelitev posebnih tehnik ciljanja, je uporaba uredbe v skladu z Uredbo (EU) 2016/679, ki je prav tako uredba.

3. REZULTATI NAKNADNIH OCEN, POSVETOVANJ Z DELEŽNIKI IN OCEN UČINKA

- **Posvetovanja z deležniki**

Ta predlog je rezultat obsežnega posvetovanja z deležniki, pri katerem je Komisija uporabila splošna načela in minimalne standarde za posvetovanje z zainteresiranimi stranmi.

Posvetovanje o začetni oceni učinka, ki je bilo objavljeno 26. januarja 2021, je zagotovilo informacije za razvoj opredelitve težave in možnih politik. Odprto javno posvetovanje je potekalo od 22. januarja do 2. aprila 2021. Sodelovanje v odprtem javnem posvetovanju se je spodbujalo prek spletišča Komisije in posebnih mrež.

Komisija je organizirala srečanja s ključnimi deležniki, da bi zbrala dodatne dokaze in podatke o posebnih težavah, ki jih obravnava pobuda, pa tudi o političnem pristopu in njegovih učinkih. Opravila je tudi usmerjena dvostranska posvetovanja in analizirala številna stališča in analitične dokumente, ki jih je prejela posebno v okviru priprave te pobude.

Priprava ocene učinka, na kateri temelji pobuda, je bila podprta z zunanjo študijo. Izvajalec je opravil vrsto posameznih posvetovanj s ključnimi deležniki.

Na splošno se deležniki strinjajo, da so potrebni ukrepi na ravni Unije. Velika večina deležnikov se strinja, da obstajajo zakonodajne vrzeli ali da je potrebna nova zakonodaja. Manjše število deležnikov je izrazilo pomisleke, ki se nanašajo na volilna vprašanja, ki pa so v izključni pristojnosti držav članic.

Javno posvetovanje kaže, da večina **državljanov** meni, da bi morali izdajatelji političnega oglaševanja hraniti nekatere osnovne informacije o osebah, ki take oglase oddajo v razširjanje.

Ponudniki storitev političnega oglaševanja so zlasti zahtevali skupno opredelitev EU, ki bi jim omogočala, da določijo, kateri oglasi so politični, in skupen pristop k sorazmernim zahtevam za označevanje sponzoriranega političnega oglasa, vključno z identiteto sponzorja oglasa. Ponudniki so opozorili na negotovost in stroške, povezane z ugotavljanjem in izpolnjevanjem zadevnih obveznosti glede preglednosti pri zagotavljanju storitev političnega oglaševanja prek meja ali v več državah članicah.

Organizacije civilne družbe so podprle zlasti visoko preglednost političnega oglaševanja, med drugim glede tega, kateri oglasi so prikazani komu in zakaj ter kdo je zanje plačal. Menile so, da mehki ukrepi v tem pogledu ne zadostujejo. Ravno tako so zahtevale, da se vprašanje ciljanja obravnava tudi z drugih vidikov, ki niso povezani s preglednostjo.

Države članice so pozdravile to pobudo in se strinjale, da je treba politično oglaševanje urediti na ravni EU. Podprle so tudi ukrepe, ki bodo raziskovalcem olajšali dostop do več informacij o političnem oglaševanju. Države članice so poudarile, da pri čezmejnem zagotavljanju storitev političnega oglaševanja obstajajo regulativne vrzeli in vrzeli pri izvrševanju.

Evropske politične stranke so opozorile, da bodo ukrepi označevanja, ki bodo državljanom pomagali prepoznati, kdaj so izpostavljeni političnemu oglasu, prispevali h krepitvi evropske demokracije. Posebno so bile zaskrbljene zaradi tega, kako je politika nekaterih zelo velikih spletnih platform med prejšnjimi volitvami v Evropski parlament negativno vplivala na njihove dejavnosti na ravni EU/čezmejni ravni.

- **Zbiranje in uporaba strokovnih mnenj**

Komisija se je pri pripravi tega predloga oprla na široko paleto strokovnega znanja.

Znaten prispevek k temu procesu je zagotovilo zadevno delo v Svetu (tudi v pristojnih delovnih skupinah) in Evropskem parlamentu (tudi v odborih, pristojnih za ustavne zadeve, pravne zadeve, državljanske svoboščine, notranji trg in varstvo potrošnikov ter pravosodje in notranje zadeve, ter v posebnem odboru o tujem vmešavanju).

Poleg zgoraj opisanega odprtega javnega posvetovanja je Komisija pripravila več srečanj z deležniki, na katerih so bila vprašanja prilagojena posameznim kategorijam.

18. marca 2021 je o pobudi razpravljala s strokovnjaki držav članic na posebnem sestanku sistema hitrega obveščanja. Sestanka so se udeležili predstavniki držav članic in skupine evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve. Posvetovanja s strokovnjaki držav članic so potekala tudi 25. marca 2021 v okviru evropske mreže za volilno sodelovanje. Uporabljene so bile tudi informacije iz prispevkov držav članic na prejšnjih srečanjih te mreže od leta 2019, tudi med pripravo obsežnega evidentiranja ustreznih nacionalnih zakonov in postopkov.

Nazadnje, študija, ki podpira oceno učinka, vključuje pregled literature, ki kaže na vse večje soglasje akademske skupnosti o potrebi po posebni preglednosti političnega oglaševanja in nadzoru nad uporabo osebnih podatkov v povezavi s političnim oglaševanjem (zlasti na spletu).

Smernice mednarodnih organov za določanje standardov, kot je Svet Evrope, prav tako pozivajo k posebni preglednosti političnega oglaševanja, zlasti glede sponzorjev in financiranja, pri spletnem oglaševanju pa glede mehanizma za prikazovanje oglasov (npr. algoritmi, podatki).

- **Ocena učinka**

Komisija je v skladu s svojo politiko za boljše pravno urejanje izvedla oceno učinka za ta predlog, ki jo je preučil odbor Komisije za regulativni nadzor. Sestanek z Odborom za regulativni nadzor je potekal 29. septembra 2021, odbor pa je na podlagi sestanka izdal pozitivno mnenje s pridržki. Ocena učinka je bila nadalje spremenjena, da bi se upoštevali pridržki Odbora za regulativni nadzor.

Komisija je preučila različne možne politike za dosego splošnega cilja predloga, tj. zagotoviti pravilno delovanje enotnega trga z določitvijo pravil za visoko raven preglednosti političnega oglaševanja in s tem povezanih storitev ter pravil o uporabi ciljanja v okviru razširjanja političnega oglaševanja.

Ocenjeni sta bili dve možni politiki z različnimi stopnjami regulativnega posredovanja:

- možnost 1: omejeni ukrepi za spodbujanje preglednosti in obravnavanje vprašanj glede ciljanja;
- možnost 2: ukrepi za harmonizacijo preglednosti in obravnavanje vprašanj glede ciljanja. Ta možnost je vključevala dve podmožnosti v zvezi s ciljanjem.

V skladu z uveljavljeno metodologijo Komisije je bila vsaka možna politika ocenjena glede na gospodarske in družbene učinke ter učinke na temeljne pravice. Prednostna možnost je bila možnost 2 s podmožnostjo 2 za uporabo ciljanja, saj najbolje izpolnjujeta splošne cilje poseganja ter bi vzpostavili skladen in sorazmeren okvir za politično oglaševanje v EU.

S pojasnitvijo in harmonizacijo pravil o hrambi in zagotavljanju informacij v okviru političnega oglaševanja za namene nadzora in odgovornosti bi odpadel ključni element stroškov zagotavljanja skladnosti pri opravljanju storitev v več državah članicah in čezmejnem opravljanju storitev. Poleg tega bi se povečala pravna predvidljivost za posredniške storitve, ki se opravljajo v več državah članicah, kar bi prispevalo k dobremu delovanju notranjega trga. Tako bi se izboljšali tudi regulativni rezultati in odpravila utemeljitev za segmentacijo na nacionalne trge, s čimer bi se povečale možnosti za razvoj čezmejnih storitev. Prednost, ki jo regulativna razdrobljenost omogoča ponudnikom storitev političnega oglaševanja pri spletnih oglasih v primerjavi z nespletnimi mediji, bi se zmanjšala. Učinek na MSP je omejen zaradi prilagojene obveznosti glede rednega poročanja o političnem oglaševanju in zaradi tega, ker lahko kot kontaktno točko za stike s pristojnimi nacionalnimi organi imenujejo zunanjo osebo.

Z ukrepi za ciljanje bi se obravnavale problematične tehnike ciljanja, hkrati pa bi se zagotovila njihova uporaba na način, ki spodbuja dobro prakso.

Pri podmožnosti 2 je bila preučena pogojna prepoved ciljanja, vendar je bila predvidena združitev obeh podmožnosti. Brezpogojna prepoved ciljanja na podlagi posebnih kategorij

osebnih podatkov se je štela za učinkovitejšo in je bila zato vključena v ta predlog. Prepoved ciljanja na podlagi posebnih kategorij osebnih podatkov predvidoma podpirajo tudi deležniki, s katerimi so bila opravljena posvetovanja med pripravo ocene učinka.

Prilagojene omejitve bi omejile razpoložljivost storitev ciljanja v okviru razširjanja političnega oglaševanja. Po drugi strani pa bi imeli ponudniki storitev političnega oglaševanja več priložnosti, ki bi izhajale iz večjega zaupanja državljanov in regulativnih organov v te tehnike ter iz večje pravne varnosti zaradi skladnosti pri njihovi uporabi v političnem okviru.

Harmonizirana preglednost in posebne omejitve bodo zmanjšale obseg problematičnih taktik ciljanja, kot so neavtentično ojačevanje nekaterih oglasov ali tehnike, ki so bile odkrite v škandalu *Cambridge Analytica*. Ti ukrepi bi morali okrepiti zaupanje v uporabo političnih oglasov ter splošneje v politično razpravo in celovitost volilnega procesa. Prispevali bi k večji odpornosti volilnega sistema EU proti manipulaciji z informacijami in vmešavanju.

- **Primernost in poenostavitev ureditve**

Prednost harmonizacije pravil o preglednosti političnega oglaševanja je zlasti ta, da bo prinesla pravno varnost na ravni EU, odpravila naraščajoče stroške zagotavljanja skladnosti pri čezmejnem opravljanju storitev in zmanjšala tveganje neskladnosti. Pričakuje se, da bodo vsi ponudniki storitev političnega oglaševanja pri opravljanju storitev v okviru skupne ureditve političnega oglaševanja dosegli stroškovno učinkovitost.

Predlagani ukrepi bi koristili MSP, saj bodo lažje ponujala svoje storitve na notranjem trgu. Predlog vsebuje posebna odstopanja za MSP, da bi se zmanjšali njihovi stroški zagotavljanja skladnosti.

Predlog vsebuje skupen sklop pravil, ki ne bodo razlikovala med spletnimi in nespletnimi dejavnostmi ter ki bodo obravnavala vprašanja, ki izhajajo iz trenutnih razmer, v katerih so obstoječa pravila prilagojena dejavnostim zunaj spleta, kar povzroča vrzeli in praznine. Uredba bo zagotovila, da bodo zahteve po zagotavljanju visoke ravni preglednosti na enak način veljale tako za nespletna kot tudi za spletna sredstva razširjanja političnih sporočil.

- **Temeljne pravice**

Vsi ukrepi, predvideni v tem predlogu, pozitivno vplivajo na temeljne pravice in ne pričakuje se, da bi nanje vplivali izrazito negativno.

Temeljne svoboščine in temeljne pravice se lahko omejijo le, če je to upravičeno z uresničevanjem legitimnega javnega interesa, in le pod pogojem, da je omejitev sorazmerna z zastavljenim ciljem. Zagotavljanje preglednosti, pravičnosti in enakih možnosti v volilnem procesu ter temeljne pravice do obveščenosti na objektiven, pregleden in pluralističen način so nujni razlogi v javnem interesu.

Ta predlog v manjši meri omejuje svobodo izražanja in obveščanja (člen 11 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah), pravico do zasebnega življenja (člen 7) in pravico do varstva osebnih podatkov (člen 8). Te omejitve so sorazmerne in omejene na tisto, kar je nujno potrebno.

Kar zadeva svobodo izražanja, odločitev glede izdajanja in razširjanja političnih oglasov kot takih in njihove vsebine še naprej ureja ustrezna nacionalna zakonodaja in zakonodaja EU. Razen z zahtevami po preglednosti pobuda ne posega v vsebino političnih sporočil. Čeprav bi omejitev tehnik ciljanja lahko vplivala na svobodo izražanja, bi bil ta učinek sorazmeren, če bi imel omejeno področje uporabe in bi bil uravnotežen s pozitivnimi učinki na druge

temeljne pravice, vključno z zmanjšanjem možnosti za manipuliranje demokratične razprave in s pravico do obveščenosti na objektiven, pregleden in pluralističen način. Večja preglednost ciljanja ter pogoji in omejitve zanj bi morali koristiti pravici do varstva podatkov in zasebnosti oseb, na katere cilja tako oglaševanje. Ukrepi, s katerimi bi se fizična oseba identificirala kot sponzor političnega oglasa ter določil znesek porabljenih sredstev in drugih koristi, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za oglas, vplivajo na varstvo osebnih podatkov in morajo biti sorazmerni z želenim ciljem politike, tj. zagotavljanjem, da posamezniki, ki sodelujejo v politični razpravi, pregledno uporabljajo politično oglaševanje. Učinek na te pravice je utemeljen z na splošno pozitivnim učinkom na demokracijo in volilne pravice.

Kadar ta pobuda od zelo velikih spletnih platform zahteva, da zainteresiranim akterjem olajšajo dostop do podatkov, taki ukrepi ne bi določali nobenih odstopanj od pravnega reda EU o varstvu podatkov. Deležnikom bi bilo treba dati na voljo le relevantne podatke, med drugim za izvedbo raziskav o praksah, ki vplivajo na demokratično razpravo in volitve ali referendume.

Ta pobuda bo podprla uveljavljanje volilnih pravic, svobodne in poštene volitve ter pošteno demokratično razpravo, in sicer z olajšanjem preglednega čezmejnega političnega oglaševanja, ki zagotavlja visoko raven varstva pravic, tudi kar zadeva varstvo osebnih podatkov, in omogočanjem državljanom, da sprejemajo ozaveščene politične odločitve brez manipulacije ali prisile. Poleg tega so omejitve praks ciljanja skladne z volilnimi pravicami, ki jih varujejo mednarodni standardi, in pozitivno vplivajo nanje.

Ta predlog bo prav tako podprl ponudnike storitev političnega oglaševanja pri uveljavljanju svobode gospodarske pobude iz člena 16 Listine.

4. PRORAČUNSKE POSLEDICE

Pri tej pobudi ni pričakovanih proračunskih posledic.

5. DRUGI ELEMENTI

- **Načrti za izvedbo ter ureditev spremljanja, ocenjevanja in poročanja**

Komisija bo ocenila izvajanje pobude po vsakih volitvah v Evropski parlament na podlagi posebnega zbiranja podatkov, ki ga bo izvedel specializirani izvajalec. Komisija bi morala v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament objaviti poročilo o oceni izvajanja te uredbe, vključno z vidiki, ki presegajo volitve v Evropski parlament.

- **Natančnejša pojasnila glede posameznih določb predloga**

V poglavju I so navedene splošne določbe, vključno s predmetom urejanja in področjem uporabe (člen 1), opredelitvijo ključnih pojmov, ki se uporabljajo v Uredbi (člen 2), in ravnjo harmonizacije takih ukrepov (člen 3).

Poglavje II vsebuje določbe o obveznostih glede preglednosti, ki veljajo za plačano politično oglaševanje. V njem so določeni ukrepi, ki se uporabljajo za vse ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki sodelujejo v pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdajanju ali razširjanju političnega oglaševanja. Zlasti določa preglednost političnega oglaševanja (člen 4), obveznost opredelitve političnih oglasov (člen 5) ter obveznost hrambe evidenc in predložitve informacij izdajateljem oglaševanja (člen 6).

To poglavje poleg obveznosti iz členov 4, 5 in 6 določa tudi obveznosti, ki veljajo samo za izdajatelje oglaševanja. Izdajatelji oglaševanja v vsak oglas vključijo jasno izjavo, da je oglas politične narave, navedejo ime sponzorja in dajo na voljo informacije, ki omogočajo razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev (člen 7). Izdajatelji oglaševanja vsako leto objavijo informacije o zneskih sredstev ali vrednosti drugih koristi, ki so jih prejeli kot delno ali popolno nadomestilo za storitve, ki so jih opravili v zvezi s političnimi oglasi (člen 8). Vzpostavijo tudi uporabniku prijazne mehanizme, ki državljanom omogočajo, da jim prijavijo oglase, ki niso v skladu z obveznostmi iz te uredbe (člen 9).

Ponudniki storitev političnega oglaševanja predložijo ustrezne informacije pristojnim organom (člen 10) in drugim zainteresiranim subjektom (člen 11).

Poglavje III ureja uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov za namene političnega oglaševanja. Kadar gre za občutljive podatke, velja prepoved, ki jo spremljajo posebne izjeme. Poleg tega upravljavci, ki uporabljajo te tehnike za namene političnega oglaševanja, sprejmejo in izvajajo notranjo politiko, hranijo evidence in zagotavljajo informacije, ki jih posameznik potrebuje, da bi razumel razloge za uporabljeno ciljanje in njegove glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike (člen 12). Člen 12 določa nadaljnje zahteve za izdajatelje oglaševanja. Upravljavci v okviru področja uporabe člena 13 sprejmejo ustrezne ukrepe, da bi lahko predložili informacije zainteresiranim subjektom (člen 13).

Poglavje IV vsebuje določbe o nadzoru in izvrševanju te uredbe. Določa obveznost ponudnikov storitev političnega oglaševanja, ki nimajo sedeža v Uniji, da imenujejo pravnega zastopnika v eni od držav članic, v kateri opravljajo storitve (člen 14); določa organe, ki so pooblaščeni za nadzor in izvrševanje posebnih ukrepov iz te uredbe; državam članicam nalaga obveznost, da zagotovijo sodelovanje med ustreznimi pristojnimi organi; poziva k določitvi kontaktnih točk za namene te uredbe in državam članicam nalaga sprejetje ustreznih ukrepov za zagotovitev izmenjave informacij med njimi (člen 15). Države članice morajo določiti pravila o kaznih, ki se uporabljajo za kršitev obveznosti iz te uredbe (člen 16). To poglavje določa tudi obveznost držav članic, da na lahko dostopnem mestu objavijo datume nacionalnih volilnih obdobij (člen 17).

Poglavje V vsebuje nadaljnje končne določbe, kot so klavzula o ocenjevanju in pregledu (člen 18) ter možnost sprejemanja delegiranih aktov (člen 19). Zadnja določba tega poglavja je opredelitev začetka veljavnosti in datuma začetka uporabe Uredbe (člen 20).

2021/0381 (COD)

Predlog

UREDBA EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA

o preglednosti in ciljanem 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[9],

ob upoštevanju mnenja Odbora regij[10],

v skladu z rednim zakonodajnim postopkom,

ob upoštevanju naslednjega:

(1) Ponudba političnega oglaševanja in povpraševanje po njem se povečujeta in sta 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 političnih oglasov na zahtevo sponzorja ali objavo vsebine za plačilo.

(2) Politični oglasi se lahko razširjajo ali objavljajo prek različnih sredstev in medijev ter čez meje. Lahko se razširjajo ali objavljajo 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. Politične oglaševalske kampanje se običajno izvajajo tako, da uporabljajo vrsto različnih medijev in oblik.

---

9 UL C , , str. .

10 UL C , , str. .

(3) Ker se oglaševanje, vključno s političnim oglaševanjem, običajno opravlja za plačilo, pomeni storitveno dejavnost v skladu s členom 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 EU in njenim državam članicam v skladu s členom 2 Pogodbe o Evropski uniji (PEU). Državljani včasih s težavo prepoznajo politične oglase, enako pa velja tudi za njihovo uveljavljanje demokratičnih pravic na ozaveščen način. Visoka raven preglednosti je med drugim potrebna v podporo odprti in pošteni politični razpravi ter svobodnim in poštenim volitvam ali referendumom, kot tudi za boj proti dezinformacijam in nezakonitemu vmešavanju, tudi iz tujine. Politično oglaševanje je lahko dejavnik pri razširjanju dezinformacij, zlasti kadar oglasi ne razkrivajo svoje politične narave in kadar so ciljani. Preglednost političnega oglaševanja prispeva k temu, da volivci bolje razumejo, kdaj jim je prikazan politični oglas, v čigavem imenu je bil oglas pripravljen in kako ponudnik storitev oglaševanja nanje cilja, kar jim omogoča bolj ozaveščene odločitve.

(5) V okviru političnega oglaševanja se pogosto uporabljajo tehnike ciljanja. Tehnike ciljanja ali ojačevanja bi se morale razumeti kot tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje prilagojenega političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino oziroma za višjo stopnjo razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa. 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 temeljna pravica do obveščenosti na objektiven, pregleden in pluralističen način.

(6) 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. Nekatere države članice ponudnikom storitev EU, ki imajo sedež v drugih državah članicah, v volilnih obdobjih prepovedujejo opravljanje storitev politične narave ali s političnim namenom. Obenem v nekaterih državah članicah najverjetneje obstajajo vrzeli in praznine v nacionalni zakonodaji, zaradi česar se politični oglasi včasih razširjajo brez upoštevanja ustreznih nacionalnih pravil, kar lahko ogroža cilj ureditve preglednosti političnega oglaševanja.

(7) 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 oglaševanje, ki se objavlja in razširja na spletu, in lahko vključujejo nadaljnje prepovedi. Ukrepi segajo od mehkih do zavezujočih in vključujejo različne elemente preglednosti.

(8) To povzroča razdrobljenost notranjega trga, zmanjšuje pravno varnost za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki pripravljajo, oddajajo v razširjanje, izdajajo ali razširjajo politične oglase, ustvarja ovire za prosti pretok povezanih storitev, izkrivlja konkurenco na notranjem trgu, tudi med ponudniki spletnih in nespletnih storitev, ter

od ponudnikov ustreznih storitev zahteva zapletena prizadevanja za zagotavljanje skladnosti in dodatne stroške.

(9) Te okoliščine ponudnike storitev političnega oglaševanja verjetno odvračajo od opravljanja storitev v čezmejnih primerih. To zlasti velja za mikropodjetja in MSP, ki pogosto nimajo sredstev, da bi pokrila visoke stroške zagotavljanja skladnosti, povezane s pripravo, oddajo v razširjanje, izdajanjem ali razširjanjem političnih oglasov 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.

(10) 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 enotnih obveznosti glede preglednosti za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki bodo zagotavljale enotno varstvo pravic posameznikov in nadzor na celotnem notranjem trgu na podlagi člena 114 PDEU.

(11) Države članice v svojem nacionalnem pravu ne bi smele ohranjati ali vanj uvajati določb, ki se razlikujejo od določb iz te uredbe, zlasti strožjih ali manj strogih določb, ki bi povzročile različne ravni preglednosti političnega oglaševanja. Popolna harmonizacija zahtev glede preglednosti, povezanih s političnim oglaševanjem, povečuje pravno varnost in zmanjšuje razdrobljenost obveznosti, ki jih morajo izpolnjevati ponudniki storitev v okviru političnega oglaševanja.

(12) Popolna harmonizacija zahtev glede preglednosti ne bi smela posegati v svobodo ponudnikov storitev političnega oglaševanja, da prostovoljno zagotovijo dodatne informacije o političnem oglaševanju v okviru svobode izražanja, zaščitene na podlagi člena 11 Listine o temeljnih pravicah.

(13) Ta uredba ne bi smela vplivati na vsebino političnih oglasov niti na pravila, ki urejajo prikazovanje političnih oglasov, vključno s tako imenovanimi obdobji volilnega molka pred volitvami ali referendumi.

(14) Uredba bi morala zagotoviti harmonizirano zahtevo po preglednosti za gospodarske subjekte, ki ponujajo politično oglaševanje in povezane storitve (tj. dejavnosti, ki se običajno opravljajo za plačilo); te storitve vključujejo zlasti pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje in razširjanje političnega oglaševanja. 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 ojačevanja v kontekstu izdajanja, razširjanja ali promocije političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov. Pravila te uredbe, ki obravnavajo ciljanje in ojačevanje, 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 ali izdajo 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.

(15) Za politično oglaševanje ali politični oglas ne obstaja opredelitev na ravni Unije. Potrebna je skupna opredelitev, da se določi področje uporabe harmoniziranih obveznosti glede preglednosti ter pravil o ciljanju in ojačevanju. 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.

(16) Opredelitev političnega oglaševanja bi morala vključevati oglaševanje, ki ga neposredno ali posredno izda ali razširja politični akter ali kdo drug v njegovem imenu. Ker oglasov političnega akterja oziroma oglasov zanj ali v njegovem imenu ni mogoče ločiti od njegove dejavnosti v vlogi političnega akterja, se lahko zanje šteje, da lahko vplivajo na politično razpravo, razen v primeru sporočil, ki so izključno zasebne ali izključno komercialne narave.

(17) Tudi sporočila, ki jih objavljajo ali razširjajo drugi akterji in bi lahko vplivala na izid volitev ali referenduma, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje, bi bilo treba šteti za politično oglaševanje. Da bi bilo mogoče določiti, ali izdaja ali razširjanje sporočila lahko vpliva na izid volitev ali referenduma, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje, bi bilo treba upoštevati vse pomembne dejavnike, kot so vsebina sporočila, jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, cilj sporočila in sredstva, s katerimi se sporočilo objavi ali razširja. Sporočila o družbenih ali spornih vprašanjih lahko vplivajo na izid volitev ali referenduma, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje.

(18) Praktične informacije iz uradnih virov o organizaciji volitev in referendumov ter o načinih udeležbe na njih se ne bi smele šteti za politično oglaševanje.

(19) Ta uredba ne bi smela zajemati političnih stališč, izraženih v linearnih avdiovizualnih oddajah ali objavljenih v tiskanih medijih brez neposrednega plačila ali enakovrednega nadomestila.

(20) 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 zasebno organizirana glasovanja, ta uredba ne bi smela zajemati.

(21) Politični oglas je treba opredeliti kot posamezni primer političnega oglaševanja. Oglasi vključujejo sredstva, s katerimi se oglaševalsko sporočilo posreduje, vključno s tiskom, radiodifuzijskimi mediji in storitvami spletnih platform.

(22) Politični akterji v smislu te uredbe bi morali pomeniti koncepte, opredeljene v pravu Unije in nacionalnem pravu v skladu z mednarodnimi pravnimi instrumenti, kot so instrumenti Sveta Evrope. Pojem političnih strank bi moral vključevati njihove povezane in odvisne subjekte s pravno osebnostjo ali brez nje, ki so bili ustanovljeni, da bi podpirali politične stranke ali uresničevali njihove cilje, na primer s sodelovanjem s posebno skupino volivcev, ali za posebne volilne namene.

(23) Koncept političnih akterjev bi moral vključevati tudi nevoljene funkcionarje, voljene funkcionarje, kandidate in člane vlade na evropski, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni. Navedena opredelitev bi morala zajemati tudi druge politične organizacije.

(24) Kampanja političnega oglaševanja bi se morala nanašati na pripravo, izdajanje in razširjanje niza povezanih oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva in financiranja. Vključevati bi morala pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje in razširjanje oglasa ali različic oglasa v različnih medijih in na različnih stopnjah istega volilnega cikla.

(25) Opredelitev političnega oglaševanja ne bi smela vplivati na nacionalne opredelitve političnih strank, političnih ciljev ali obdobij kampanj na nacionalni ravni.

(26) 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 in razširjanju političnega oglaševanja.

(27) Pojem storitev političnega oglaševanja ne bi smel vključevati sporočil, ki jih posamezniki delijo zgolj v svojem imenu. Če posamezniki objavljajo sporočila, za katerih razširjanje ali objavo plača nekdo drug, se ne bi smelo šteti, da delujejo v svojem imenu.

(28) Ko je oglas opredeljen kot povezan s političnim oglaševanjem, bi bilo treba to jasno sporočiti drugim ponudnikom storitev, ki sodelujejo v storitvah političnega oglaševanja. Poleg tega bi moralo biti tudi nadaljnje razširjanje oglasa, potem ko je ta opredeljen kot politični oglas, v skladu z zahtevami glede preglednosti. Tudi ko si ljudje na primer med seboj spontano delijo sponzorirano vsebino, bi moralo biti oglaševanje še vedno označeno kot politično oglaševanje.

(29) Pravila o preglednosti, določena v tej uredbi, bi bilo treba uporabljati samo za storitve političnega oglaševanja, tj. politično oglaševanje, ki se običajno opravi za plačilo, ki lahko vključuje prejemek v naravi. Zahteve glede preglednosti se ne bi smele uporabljati za vsebine, ki jih naloži uporabnik spletne posredniške storitve, kot je spletna platforma, in ki jih spletna posredniška storitev razširja brez plačila za razširjanje, izdajanje ali razširjanje določenega sporočila, razen če je uporabnik za politični oglas prejel plačilo od tretje osebe.

(30) Zahteve glede preglednosti 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.

(31) Svoboda izražanja, zaščitena s členom 11 Listine o temeljnih pravicah, zajema pravico posameznika do političnega mnenja, sprejemanja in širjenja političnih informacij ter izmenjave političnih idej. Vsaka omejitev mora biti v skladu s členom 52 Listine o temeljnih pravicah in ta svoboščina je lahko predmet sprememb in omejitev, če take spremembe in omejitve 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, če se politične ideje sporočajo prek ponudnikov oglaševalskih storitev.

(32) Kar zadeva spletne posrednike, se Uredba (EU) 2021/XX [akt o digitalnih storitvah] 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) 2021/XX [akt o digitalnih storitvah], zlasti za zelo velike platforme. To zadeva zlasti informacije v zvezi s financiranjem političnih oglasov. Zahteve iz te uredbe ne posegajo v določbe akta o digitalnih storitvah, tudi kar zadeva oceno tveganja in ukrepe za zmanjšanje tveganja za zelo velike spletne platforme v zvezi z njihovimi oglaševalskimi sistemi.

(33) Priprava, oddaja v razširjanje, promocija, izdajanje in razširjanje političnega oglaševanja lahko vključujejo zapleteno verigo ponudnikov storitev. To velja zlasti, kadar izbiro vsebine oglasa, izbiro meril ciljanja, zagotavljanje podatkov, ki se uporabijo za ciljanje z oglasom, zagotavljanje tehnik ciljanja, izdelavo oglasa in

njegovo razširjanje nadzorujejo različni ponudniki storitev. Avtomatizirane storitve lahko na primer podpirajo ujemanje profila uporabnika vmesnika z zagotovljeno oglaševalsko vsebino tako, da uporabijo osebne podatke, pridobljene neposredno od uporabnika storitve in na podlagi uporabnikovega spletnega vedenja, ter izpeljane podatke.

(34) Glede na pomen zagotavljanja učinkovitih zahtev glede preglednosti, med drugim s poenostavitvijo njihovega nadzora, bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotoviti, da se ustrezne informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, vključno z navedbo, da gre za politični oglas, sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja, ki politični oglas izda za javnost. Da bi se podprli učinkovito izvajanje te zahteve ter pravočasno in točno zagotavljanje teh informacij, bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja razmisliti o avtomatizaciji prenosa informacij med ponudniki storitev političnega oglaševanja in tako avtomatizacijo podpreti.

(35) 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 subjekte, ki dejansko zagotavljajo oglaševalsko storitev.

(36) Možna ukrepa bi bila zagotovitev učinkovitih mehanizmov, ki bi posameznikom omogočali, da prijavijo, da je oglas političen, in učinkovito odzivanje na take prijave.

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

(38) Preglednost političnega oglaševanja bi morala državljanom omogočiti, da politični oglas prepoznajo kot tak. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali zagotoviti, da se v povezavi z vsakim političnim oglasom objavi jasna izjava, da gre za politični oglas, in navede njegov sponzor. Kadar je primerno, bi lahko ime sponzorja vključevalo politični logotip. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali uporabljati označevanje, ki je učinkovito ter upošteva razvoj v zadevnih znanstvenih raziskavah in dobre prakse v zvezi z uporabo označevanja oglasov za zagotavljanje preglednosti. Zagotoviti bi morali tudi, da se v povezavi z vsakim političnim oglasom objavijo informacije, ki omogočajo razumevanje širšega konteksta in namena političnega oglasa ter ki so lahko vključene v sam oglas ali pa jih izdajatelj objavi na svojem spletnem mestu, dostopnem prek povezave ali enakovredne in uporabniku prijazne usmeritve, vključene v oglas.

(39) Te informacije bi bilo treba navesti v obvestilu za preglednost, v katerem bi morala biti navedena tudi identiteta sponzorja, kar bi podpiralo odgovornost v političnem procesu. 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 drugim vpletenim političnim akterjem, se v obvestilu o preglednosti ne bi smeli navesti. Obvestilo za preglednost 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 oglaševalsko kampanjo, virih 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 Evropske 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. Obvestilo za preglednost bi moralo vključevati tudi informacije o tem, kako označiti politične oglase v skladu s postopkom, ki ga določa ta uredba. Ta zahteva ne bi smela posegati v določbe o obvestilu na podlagi členov 14, 15 in 19 Uredbe (EU) 2021/XXX [akt o digitalnih storitvah].

(40) Informacije, ki jih mora vključevati obvestilo za preglednost, bi morale biti navedene v samem oglasu ali bi morale biti zlahka dostopne na podlagi usmeritve, ki je del oglasa. Zahteva, da morajo biti informacije iz obvestila za preglednost med drugim jasno opazne, bi morala pomeniti, da so jasno poudarjene v ali ob oglasu. Zahteva, da morajo biti informacije, objavljene v obvestilu za preglednost, lahko dostopne, strojno berljive, če je to tehnično izvedljivo, ter uporabniku prijazne, bi se morala nanašati tudi na potrebe invalidov. Priloga I k Direktivi (EU) 2019/882 (evropski akt o dostopnosti) vsebuje zahteve glede dostopnosti informacij, vključno z digitalnimi informacijami, ki bi se morale uporabljati za to, da bi bile informacije o političnem oglaševanju dostopne invalidom.

(41) Obvestila za preglednost bi morala biti zasnovana tako, da bi pripomogla k ozaveščanju uporabnika in k jasnemu prepoznavanju političnega oglasa kot takega. Oblikovana 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 za preglednost, bi bilo treba objaviti ob začetku izdajanja političnih oglasov in hraniti eno leto po zadnji izdaji. Hranjene informacije bi morale vključevati tudi informacije o političnem oglaševanju, ki se je zaključilo ali ki ga je izdajatelj umaknil.

(42) Ker izdajatelji političnega oglaševanja dajejo politične oglase na voljo javnosti, bi morali navedene informacije objaviti ali razširjati v javnosti ob izdaji ali razširjanju političnega oglasa. Izdajatelji političnega oglaševanja ne bi smeli dati na voljo javnosti političnih oglasov, ki ne izpolnjujejo zahtev glede preglednosti iz te uredbe. Poleg tega bi morali izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2021/XXX [akt o digitalnih storitvah], dati na voljo informacije, ki jih vsebuje obvestilo za preglednost, prek odložišč izdanih oglasov v skladu s členom 30 navedene uredbe [akt o digitalnih storitvah]. To bo olajšalo delo zainteresiranih akterjev, tudi raziskovalcev, ki imajo posebno vlogo pri podpiranju svobodnih in poštenih volitev ali referendumov ter poštenih volilnih kampanj, med drugim s tem, da preučujejo sponzorje političnih oglasov in analizirajo okolje političnega oglaševanja.

(43) Kadar je ponudnik storitve političnega oglaševanja, ki gosti ali drugače shranjuje in zagotavlja vsebino političnega oglasa, ločen od ponudnika storitve političnega oglaševanja, ki nadzoruje spletno mesto ali drug vmesnik, na katerem se politični oglas prikazuje, bi se morala oba ponudnika skupaj šteti kot izdajatelja, pri čemer je vsak od njiju odgovoren za posebno storitev, ki jo opravlja, tako da se zagotovi, da so oglasi označeni in da so na voljo obvestilo za preglednost in ustrezne informacije. Njun pogodbeni dogovor bi moral odražati način, kako organizirata skladnost s to uredbo.

(44) Informacije o porabljenih 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 ciljano politično oglaševanje v zadevnem obdobju, združenih glede na kampanjo ali kandidata. Da se prepreči nalaganje nesorazmernih bremen, se navedene obveznosti poročanja o preglednosti ne bi smele uporabljati za podjetja iz člena 3(3) Direktive 2013/34/EU.

(45) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki opravljajo storitve političnega oglaševanja, bi morali vzpostaviti mehanizme, s katerimi bi posameznikom omogočili, da jim prijavijo določen oglas, ki so ga izdali in ki ni v skladu s to uredbo. Mehanizmi za prijavo takih oglasov bi morali biti lahko dostopni in preprosti za uporabo ter bi morali biti prilagojeni obliki oglaševanja, ki ga izdajatelj oglaševanja razširja. Kolikor je mogoče, bi morali biti ti mehanizmi dostopni iz samega oglasa, na primer na spletnem mestu izdajatelja oglaševanja. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali imeti možnost, da po potrebi uporabijo obstoječe mehanizme. Če so izdajatelji političnega oglaševanja ponudniki storitev gostovanja v smislu akta o digitalnih storitvah, se določbe člena 14 akta o digitalnih storitvah, kar zadeva politične oglase, ki jih navedeni ponudniki gostijo na zahtevo prejemnikov njihovih storitev, še naprej uporabljajo za obvestila o neskladnosti takih oglasov s to uredbo.

(46) Da bi se specifičnim subjektom omogočilo opravljanje njihovih vlog v demokraciji, je primerno določiti pravila o predložitvi informacij, objavljenih skupaj s političnim oglasom ali vsebovanih v obvestilu za preglednost, zainteresiranim akterjem, kot so preverjeni raziskovalci, novinarji, organizacije civilne družbe in akreditirani 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 očitno neutemeljene ali pretirane. Poleg tega bi bilo treba zadevnemu ponudniku storitev dovoliti, da v primeru ponavljajočih se in dragih zahtev zaračuna razumno pristojbino, pri čemer se upoštevajo upravni stroški zagotavljanja informacij.

(47) Osebni podatki, pridobljeni neposredno od posameznikov ali posredno, kot v primeru 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 podatkov, ki se štejejo za občutljive v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta[11] in Uredbo (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta[12], 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. To ima specifične in škodljive posledice za temeljne pravice in svoboščine državljanov, kar zadeva obdelavo njihovih osebnih podatkov ter

[11] 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).

[12] 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).

njihovo svobodo, da prejemajo objektivne informacije, si oblikujejo lastno mnenje, sprejemajo politične odločitve in uveljavljajo svojo volilno pravico. To negativno vpliva na demokratični proces. Določiti bi bilo treba dodatne omejitve in pogoje glede na Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2018/1725. V tej uredbi določeni pogoji glede uporabe tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja, bi morali temeljiti na členu 16 PDEU.

(48) Tehnike ciljanja in ojačevanja v kontekstu političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, bi zato morale biti prepovedane. Uporaba takih tehnik bi morala biti dovoljena le upravljavcu ali tistemu, ki deluje v njegovem imenu, na podlagi izrecne privolitve posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, ali ko jo med zakonitimi dejavnostmi z ustreznimi zaščitnimi ukrepi izvaja ustanova, združenje ali katero koli drugo neprofitno telo s političnim, filozofskim, verskim ali sindikalnim ciljem in pod pogojem, da se obdelava nanaša samo na člane ali nekdanje člane telesa ali na osebe, ki so v rednem stiku z njim v zvezi z njegovimi nameni, ter da se osebni podatki ne posredujejo zunaj tega telesa brez privolitve posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki. To bi morali spremljati posebni zaščitni ukrepi. Privolitev bi se morala razumeti v smislu Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725. Zato se za uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja za izdajanje, promoviranje ali razširjanje političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/725, ne bi smelo biti mogoče sklicevati na izjeme iz člena 9(2), točke (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) in (j) Uredbe (EU) 2016/679, oziroma člena 10(2), točke (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) in (j) Uredbe (EU) 2018/1725.

(49) Da bi se v kontekstu političnega oglaševanja zagotovila večja preglednost in odgovornost pri uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, bi morali upravljavci uvesti dodatne zaščitne ukrepe. Sprejeti in izvajati bi morali politiko, ki bi opisala uporabo takih tehnik za ciljanje na posameznike ali ojačevanje učinka, in hraniti evidenco svojih ustreznih dejavnosti. Pri izdajanju, promociji ali razširjanju političnega oglasa ob uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja bi upravljavci morali skupaj s političnimi oglasi zagotoviti relevantne informacije, ki bi zadevnemu posamezniku omogočale, da razume razloge za uporabljeno ciljanje in njegove glavne parametre ter da lahko ugotovi, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike, vključno s tem, ali je bilo ciljanje oglasa med izvajanjem dodatno optimizirano.

(50) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki uporabljajo tehnike ciljanja in ojačevanja, bi morali v svoje obvestilo za preglednost vključiti informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel logiko uporabljene tehnike in njene glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike, vključiti pa bi morali tudi povezavo na ustrezno politiko upravljavca. V primeru, da upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj oglaševanja, bi moral upravljavec izdajatelju političnega oglaševanja posredovati notranjo politiko ali sklic nanjo. Ponudniki oglaševalskih storitev bi po potrebi morali izdajatelju političnega oglaševanja predložiti informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz te uredbe. Predložitev takih informacij bi se lahko avtomatizirala in vključila v redne delovne postopke na podlagi standardov.

(51) 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 EU o varstvu podatkov, vključno s pravico do ugovora ali preklica privolitve v primeru, da se s političnim oglasom cilja nanj. Te informacije bi morale biti tudi lahko dostopne neposredno iz obvestila za preglednost. 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.

(52) Komisija bi morala spodbujati pripravo kodeksov ravnanja iz člena 40 Uredbe (EU) 2016/679, da bi se posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, podprli pri uveljavljanju pravic v tem kontekstu.

(53) Informacije, ki se morajo predložiti v skladu z vsemi zahtevami, ki se uporabljajo za uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja v skladu s to uredbo, bi bilo treba pripraviti v obliki, ki je preprosto dostopna, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisane v preprostem jeziku.

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

(55) Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki imajo sedež v tretjih državah in storitve ponujajo v Uniji, bi morali imenovati pooblaščenega pravnega zastopnika v Uniji, da se zagotovi učinkovit nadzor te uredbe v zvezi z navedenimi ponudniki. Pravni zastopnik bi lahko bil predstavnik, imenovan na podlagi člena 27 Uredbe (EU) 2016/679, ali zastopnik, imenovan na podlagi člena 11 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah].

(56) V interesu učinkovitega nadzora te uredbe je treba nadzornim organom podeliti pristojnost za spremljanje in izvrševanje ustreznih pravil. Glede na pravni sistem posamezne države članice ter v skladu z veljavnim pravom Unije, vključno z Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], se lahko v ta namen imenujejo različni nacionalni pravosodni ali upravni organi.

(57) Kar zadeva nadzor spletnih posredniških storitev v skladu s to uredbo, bi države članice morale imenovati pristojne organe in zagotoviti, da je tak nadzor skladen z nalogami pristojnih organov, imenovanih v skladu s členom 38 Uredbe (EU) [akt o digitalnih storitvah]. Koordinatorji digitalnih storitev v skladu z Uredbo (EU) [akt o digitalnih storitvah] v vsaki državi članici 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 Uredbe (EU) [akt o digitalnih storitvah]. V okviru uporabe 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) [akt o digitalnih storitvah].

(58) Za nadzor nad vidiki te uredbe, ki ne spadajo v pristojnost nadzornih organov v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2018/725, bi države članice morale imenovati pristojne organe. Da bi se podprle temeljne pravice in svoboščine, pravna država, demokratična načela in zaupanje javnosti v nadzor političnega oglaševanja, morajo biti taki organi 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 obveznostmi iz člena

7. Države članice lahko imenujejo zlasti nacionalne regulatorne organe ali telesa v skladu s členom 30 Direktive 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta[13].

(59) Če že obstojijo pravila prava Unije glede zagotavljanja informacij pristojnim organom ter sodelovanja med temi organi in z njimi, kot je člen 9 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah] ali pravila iz Uredbe (EU) 2016/679, bi se navedena pravila morala smiselno uporabljati za ustrezne določbe iz te uredbe.

(60) Organi, pristojni za nadzor te uredbe, bi morali med seboj sodelovati tako na nacionalni ravni kot na ravni EU ter pri tem čim bolje izkoristiti obstoječe strukture, vključno z nacionalnimi mrežami za sodelovanje, evropsko mrežo za volilno sodelovanje iz Priporočila C(2018) 5949 final in skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve, ustanovljeno z Direktivo 2010/13/EU. 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.

(61) Z namenom olajšanja učinkovite uporabe obveznosti, določenih s to uredbo, je treba nacionalne organe pooblastiti, da lahko od ponudnikov storitev zahtevajo ustrezne informacije o preglednosti političnega oglaševanja. Informacije, ki se predložijo pristojnim organom, bi lahko zadevale oglaševalsko kampanjo, 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 določiti nekatere pogoje, ki bi jih te zahteve morale izpolnjevati. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi se morali zlasti v interesu pravočasnega nadzora nad volilnim procesom hitro odzivati na zahteve pristojnih organov, vselej pa v 10 delovnih dneh po prejemu zahteve. V interesu pravne varnosti in v skladu s pravico do obrambe bi morale zahteve pristojnih organov po predložitvi informacij vsebovati ustrezno utemeljitev in informacije o razpoložljivih pravnih sredstvih. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali določiti kontaktne točke za stike s pristojnimi organi. Take kontaktne točke bi lahko bile elektronske.

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

(63) Organi držav članic bi morali zagotoviti, da se kršitve obveznosti iz te uredbe kaznujejo z upravnimi globami ali 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 ekonomsko zmožnost kršitelja. V tem kontekstu bi se morala upoštevati ključna vloga obveznosti, določenih v členu 7, za uspešno doseganje ciljev te uredbe. Poleg tega bi bilo pri teh globah in kaznih treba upoštevati, ali zadevni ponudnik storitev sistematično oziroma pogosto ne izpolnjuje svojih obveznosti, ki izhajajo iz te uredbe, tudi z odlašanjem predložitve informacij

[13] 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).

zainteresiranim subjektom, ter če je ustrezno, ali je ponudnik storitev političnega oglaševanja dejaven v več državah članicah. Denarne kazni in upravne globe bi morale biti v vsakem posameznem primeru učinkovite, sorazmerne in odvračilne, pri tem pa ustrezno upoštevati zadostne in dostopne postopkovne zaščitne ukrepe ter zlasti zagotoviti, da politična razprava ostane odprta in dostopna.

(64) Za izvajanje pooblastil, ki jih imajo nadzorni organi v skladu s to uredbo, bi morali veljati ustrezni postopkovni zaščitni ukrepi v skladu s pravom Unije in nacionalnim pravom, vključno z učinkovitim pravnim sredstvom in ustreznim pravnim postopkom.

(65) Države članice bi morale dovolj zgodaj pred začetkom volilnega koledarja objaviti natančno trajanje svojih volilnih obdobij, določenih v skladu z njihovimi volilnimi tradicijami.

(66) Za doseganje ciljev te uredbe bi bilo treba na Komisijo prenesti pooblastilo za sprejemanje aktov v skladu s členom 290 Pogodbe glede člena 7(7), da se natančneje določi oblika, v kateri bi bilo treba predložiti zahteve za predložitev informacij, v obvestilih za preglednost v skladu z navedenim členom; glede člena 12(8) pa, da se natančneje določi oblika, v kateri bi bilo treba predložiti zahteve za predložitev informacij o ciljanju. Zlasti je pomembno, da se Komisija ustrezno posvetuje, tudi s strokovnjaki, ki jih imenuje vsaka država članica, in da se ta posvetovanja izvedejo v skladu z načeli, določenimi v Medinstitucionalnem sporazumu o boljši pripravi zakonodaje z dne 13. aprila 2016. Za zagotovitev enakopravnega sodelovanja pri pripravi delegiranih aktov Evropski parlament in Svet prejmeta vse dokumente sočasno s strokovnjaki iz držav članic, njuni strokovnjaki pa se lahko sistematično udeležujejo sestankov strokovnih skupin Komisije, ki zadevajo pripravo delegiranih aktov.

(67) 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. V poročilu bi bilo treba med drugim pregledati nadaljnjo ustreznost določb iz prilog k tej uredbi in preučiti potrebo po njihovi reviziji.

(68) Dopolnjujoče obveznosti glede uporabe političnega oglaševanja s strani evropskih političnih strank so določene v Uredbi (EU) št. 1141/2014 o statutu in financiranju evropskih političnih strank in fundacij.

(69) Ker ciljev te uredbe, namreč o prispevanju k pravilnemu delovanju notranjega trga za politično oglaševanje in z njim povezane storitve ter določitvi pravil o uporabi ciljanja v kontekstu izdajanja in razširjanja političnega oglaševanja, države članice ne morejo zadovoljivo doseči, temveč se lažje dosežejo na ravni Unije, lahko Unija sprejme to uredbo v skladu z načelom subsidiarnosti iz člena 5 Pogodbe o Evropski uniji. V skladu z načelom sorazmernosti iz navedenega člena ta uredba ne presega tistega, kar je potrebno za doseganje navedenih ciljev.

(70) Ta uredba ne posega v pravila, določena zlasti v Direktivi 2000/31/ES, vključno s pravili o odgovornosti ponudnikov posredniških storitev iz členov 12 do 15 navedene direktive, kakor je bila spremenjena z Uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih trgih], Direktivi 2002/58/ES in Uredbi (EU) XXX [uredba o e-zasebnosti] ter Direktivi (EU) 2010/13, Direktivi 2000/31/ES, Direktivi 2002/58/ES, Direktivi 2005/29/ES, Direktivi 2011/83/EU, Direktivi 2006/114/ES, Direktivi 2006/123/ES in Uredbi (EU) 2019/1150.

(71) V skladu s členom 42(1) Uredbe (EU) 2018/1725 je bilo opravljeno posvetovanje z Evropskim nadzornikom za varstvo podatkov, ki je mnenje podal XX. xx. 2022 –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

POGLAVJE I – SPLOŠNE DOLOČBE

Člen 1

Predmet urejanja in področje uporabe

1. Ta uredba določa:

   (a) harmonizirane obveznosti glede preglednosti za ponudnike političnega oglaševanja in povezanih storitev v zvezi s hrambo, razkrivanjem in objavljanjem informacij glede opravljanja takih storitev;

   (b) harmonizirana pravila o uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja v kontekstu izdajanja, razširjanja ali promocije političnega oglaševanja, pri katerih se uporabljajo osebni podatki.

2. Ta uredba se uporablja za politično oglaševanje, pripravljeno, oddano v razširjanje, promovirano, izdano ali razširjano v Uniji ali usmerjeno na posameznike v eni ali več državah članicah, ne glede na sedež ponudnika oglaševalskih storitev in ne glede na uporabljeno sredstvo.

3. Cilja te uredbe sta:

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

   (b) zaščititi fizične osebe pri obdelavi osebnih podatkov.

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

   (a) Direktivi 2000/31/ES;

   (b) Direktivi 2002/58/ES in Uredbi (EU) XXX [uredba o e-zasebnosti];

   (c) Direktivi 2005/29/ES;

   (d) Direktivi 2006/114/ES;

   (e) Direktivi 2006/123/ES;

   (f) Direktivi (EU) 2010/13;

   (g) Direktivi 2011/83/EU;

   (h) Uredbi (EU) 2019/1150;

   (i) Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah].

Člen 2

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 ali razširjanje sporočila s kakršnimi koli sredstvi:

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

   (b) za katero je verjetno, da bo vplivalo na izid volitev ali referenduma, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje;

3. „politični oglas“ pomeni posamezni primer političnega oglaševanja;

4. „politični akter“ pomeni kar koli od naslednjega:

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

   (b) politično zvezo v smislu člena 2(2) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;

   (c) evropsko politično stranko v smislu člena 2(3) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;

   (d) kandidata za katero koli voljeno funkcijo na evropski, nacionalni, regionalni in lokalni ravni ali za enega od vodilnih položajev v politični stranki;

   (e) voljenega funkcionarja v javni instituciji na evropski, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni;

   (f) nevoljenega člana vlade na evropski, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni;

   (g) organizacijo za politične kampanje, s pravno osebnostjo ali brez nje, ustanovljeno za doseganje določenega izida volitev ali referenduma;

   (h) katero koli fizično ali pravno osebo, ki zastopa katero koli osebo ali organizacijo iz točk (a) do (g) oziroma nastopa v njenem imenu, pri čemer spodbuja njene politične cilje;

5. „storitev političnega oglaševanja“ pomeni storitev, ki predstavlja politično oglaševanje, razen spletne posredniške storitve v smislu člena 2(f) Uredbe (EU) 2021/XXX [akt o digitalnih storitvah], ki se opravi ne glede na oddajo v razširjanje, izdajanje ali razširjanja določenega sporočila;

6. „kampanja političnega oglaševanja“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje ali razširjanje niza povezanih oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva in financiranja.

7. „sponzor“ pomeni fizično ali pravno osebo, v imenu katere se politični oglas pripravi, odda v razširjanje, izda ali razširja;

8. „tehnike ciljanja in ojačevanja“ pomenijo tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje prilagojenega političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino oziroma za višjo stopnjo razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa;

9. „volilno obdobje“ pomeni obdobje pred ali med volitvami ali referendumom oziroma neposredno po volitvah ali referendumu v državi članici, v katerem za dejavnosti kampanje veljajo posebna pravila;

10. „relevantno volilno telo“ pomeni telo posameznikov, upravičenih, da volijo na volitvah ali referendumu, ki potekajo oziroma poteka v državi članici, v kateri se politični oglas razširja; tako volilno telo lahko predstavlja celotno volilno telo države članice;

11. „izdajatelj političnega oglaševanja“ pomeni fizično ali pravno osebo, ki politične oglase oddaja, jih daje na razpolago prek vmesnika ali jih kako drugače po katerem koli mediju daje v javnost;

12. „upravljavec“ pomeni upravljavca v skladu s členom 4(7) Uredbe (EU) 2016/679 ali, kadar je primerno, členom 4(8) Uredbe (EU) 2018/1725.

Za namene prvega odstavka, točka (2), sporočila iz uradnih virov, ki se nanašajo na organizacijo volitev ali referendumov ter način udeležbe na njih oziroma spodbujajo udeležbo na volitvah ali referendumih, ne pomenijo političnega oglaševanja.

Člen 3

Raven harmonizacije

1. Države članice iz razlogov, povezanih s preglednostjo, 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 na podlagi razlogov, povezanih s preglednostjo.

POGLAVJE II – ZAHTEVE GLEDE PREGLEDNOSTI ZA STORITVE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 4

Preglednost

Storitve političnega oglaševanja se zagotovijo na pregleden način v skladu z obveznostmi, določenimi v členih 5 do 11 in 14 te uredbe.

Člen 5

Opredeljevanje storitev političnega oglaševanja

1. Ponudniki oglaševalskih storitev od sponzorjev in ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahtevajo izjavo, ali storitev oglaševanja, za katero želijo, da jo ponudnik storitev izvede, predstavlja storitev političnega oglaševanja v smislu člena 2(5). Tako izjavo podajo sponzorji in ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev.

2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da je v pogodbenih ureditvah, sklenjenih za opravljanje storitev političnega oglaševanja, določeno, kako se upoštevajo ustrezne določbe te uredbe.

Člen 6

Vodenje evidenc in predložitev informacij

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja hranijo informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, o naslednjem:

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

   (b) specifičnih storitvah, ki so bile opravljene v zvezi s političnim oglaševanjem;

   (c) zneskih, ki so jih zaračunali za opravljene storitve, in vrednosti drugih koristi, ki so jih prejeli kot delno ali popolno nadomestilo za opravljene storitve, ter

   (d) kadar je primerno, identiteti sponzorja in njegove kontaktnih podatkih.

2. Informacije iz odstavka 1 so pisne in so lahko v elektronski obliki. Take informacije se hranijo pet let od datuma zadnje priprave, oddaje v razširjanje, izdaje oziroma razširjanja.

3. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da se informacije iz odstavka 1 posredujejo izdajatelju političnega oglaševanja, ki bo politični oglas razširjal, s čimer se ponudnikom političnega oglaševanja omogoči, da izpolnjujejo obveznosti iz te uredbe. Te 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.

Člen 7

Zahteve glede preglednosti za vsak politični oglas

1. V okviru opravljanja storitev političnega oglaševanja se vsak politični oglas da na razpolago z naslednjimi informacijami, predstavljenimi na jasen, opazen in nedvoumen način:

   (a) izjavo, da gre za politični oglas;

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

   (c) obvestilom za preglednost, ki omogoča razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev, ali jasno navedbo, kje je mogoče zlahka pridobiti te informacije.

   V tem smislu izdajatelji političnega oglaševanja uporabljajo tehnike za učinkovito in poudarjeno označevanje, ki omogočajo enostavno prepoznavanje političnega oglasa, in zagotovijo, da se označevanje v primeru nadaljnjega razširjanja političnega oglasa ohrani.

2. Obvestilo za preglednost se vključi v vsak politični oglas ali je iz njega enostavno dosegljivo ter vsebuje naslednje informacije:

   (a) identiteto in kontaktne podatke sponzorja;

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

(c) informacije, med drugim temelječe na informacijah, prejetih v skladu s členom 6(3), o skupnih porabljenih zneskih ali drugih koristih, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje in razširjanje ustreznega oglasa ter kampanje političnega oglaševanja, kadar je ustrezno, in njihove vire;

(d) kadar je ustrezno, navedbo volitev ali referendumov, s katerimi je oglas povezan;

(e) kadar je ustrezno, povezave do spletnih odložišč za oglase;

(f) informacije o tem, kako uporabiti mehanizme, določene v členu 9(1).

(g) Informacije, ki se vključijo v obvestilo za preglednost, se predložijo tako, da se uporabijo posebna podatkovna polja iz Priloge I.

3. Izdajatelji političnega oglaševanja si v razumnih mejah prizadevajo zagotoviti, da so informacije iz odstavkov 1 in 2 popolne, če pa ugotovijo, da ni tako, političnega oglasa ne dajo na razpolago.

4. Obvestila za preglednost se posodabljajo in pripravljajo v obliki, ki je preprosto dostopna, in kadar je to tehnično izvedljivo, strojno berljiva, poleg tega pa morajo biti jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisana v preprostem jeziku. Izdajatelj političnega oglaševanja te informacije objavi skupaj s političnim oglasom od prve izdaje do enega leta po zadnji izdaji oglasa.

5. Izdajatelji političnega oglaševanja hranijo svoja obvestila za preglednost skupaj z morebitnimi spremembami pet let po koncu obdobja iz odstavka 4.

6. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu člena 25 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], zagotovijo, da odložišča, ki jih dajo na razpolago v skladu s členom 30 navedene uredbe [akt o digitalnih storitvah], dajo za vsak politični oglas v odložišču na razpolago informacije iz odstavka 2.

7. Države članice, vključno s pristojnimi organi, in Komisija spodbujajo pripravljanje 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 v smislu člena 3 Direktive 2013/34/EU.

8. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 19 za spremembo Priloge I z dodajanjem, spreminjanjem ali črtanjem elementov s seznama informacij, ki jih je treba zagotoviti v skladu z odstavkom 2, kadar je glede na tehnološki razvoj taka sprememba potrebna za razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev.

Člen 8

Redno poročanje o storitvah političnega oglaševanja

1. Kadar izdajatelji oglaševanja zagotavljajo storitve političnega oglaševanja, v svoja poslovna poročila v okviru letnih računovodskih izkazov v smislu člena 19 Direktive 2013/34/EU vključijo po posameznih kampanjah združene informacije o zneskih ali

vrednosti drugih koristi, ki jih prejmejo kot delno ali popolno nadomestilo za te storitve, vključno z informacijami o uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja.

2. Odstavek 1 se ne uporablja za podjetja iz člena 3(3) Direktive 2013/34/EU.

Člen 9

Opozarjanje na potencialno nezakonite politične oglase

3. Kadar izdajatelji oglasov opravljajo storitve političnega oglaševanja, vzpostavijo mehanizme, s katerimi posameznikom omogočajo, da jim brezplačno prijavijo določen oglas, ki so ga izdali in ni v skladu s to uredbo.

4. Informacije o tem, kako prijaviti politične oglase, kakor je navedeno v odstavku 1, so uporabniku prijazne in lahko dostopne, med drugim iz obvestila za preglednost.

5. Izdajatelji političnega oglaševanja omogočijo predložitev informacij iz odstavka 1 v elektronski obliki. Izdajatelj političnega oglaševanja posameznike obvesti o nadaljnjih ukrepih v zvezi s prijavo iz odstavka 1.

6. Na ponavljajoče se prijave iz odstavka 1 v zvezi istim oglasom ali oglaševalsko kampanjo se lahko odgovori skupaj, med drugim s sklicem na objavo na spletnem mestu zadevnega izdajatelja političnega oglaševanja.

Člen 10

Predložitev informacij pristojnim organom

1. Pristojni nacionalni organi so pooblaščeni, da od ponudnika storitev političnega oglaševanja zahtevajo, da jim predloži informacije iz členov 6, 7 in 8. Predložene informacije morajo biti popolne, točne in verodostojne ter posredovane v jasni, skladni, popolni in razumljivi obliki. Kadar je to tehnično izvedljivo, se informacije predložijo v strojno berljivi obliki.

   Zahteva vsebuje naslednje elemente:

   (a) obrazložitev cilja, zaradi katerega se informacije zahtevajo, ter zakaj je zahteva potrebna in sorazmerna, razen če je namen zahteve preprečevanje, preiskovanje, odkrivanje in pregon kaznivih dejanj, in v obsegu, v katerem razlogi za zahtevo ne ogrožajo navedenega cilja;

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

2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja v dveh delovnih dneh po prejemu zahteve v skladu z odstavkom 1 potrdijo prejem zahteve in pristojni organ obvestijo o ukrepih, ki so jih sprejeli za izpolnitev zahteve. Zadevni ponudnik storitev zahtevane informacije predloži v desetih delovnih dneh.

3. Ponudniki storitev političnega oglaševanja določijo kontaktno točko za stike s pristojnimi nacionalnimi organi. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki so MSP v smislu člena 3 Direktive 2013/34/EU, lahko za kontaktno točko imenujejo zunanjo fizično osebo.

Člen 11

Predložitev informacij drugim zainteresiranim subjektom

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja sprejmejo ustrezne ukrepe, da zainteresiranim subjektom na zahtevo in brezplačno predložijo informacije iz člena 6.

   Kadar je ponudnik storitev političnega oglaševanja izdajatelj političnega oglaševanja, sprejme tudi ustrezne ukrepe, da zainteresiranim subjektom na zahtevo in brezplačno predloži informacije iz člena 7.

2. Zainteresirani subjekti, ki zahtevajo predložitev informacij v skladu z odstavkom 1, so neodvisni od komercialnih interesov in spadajo v eno ali več naslednjih kategorij:

   (a) preverjeni raziskovalci v skladu s členom 31 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah];

   (b) člani organizacije civilne družbe, katere zakonsko določeni cilji so varstvo in spodbujanje javnega interesa, ki so pooblaščene v skladu z nacionalnim pravom ali pravom Unije;

   (c) politični akterji, kakor so pooblaščeni v skladu z nacionalnim pravom; ali

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

   Taki zainteresirani subjekti vključujejo tudi novinarje, ki so jih v državi članici akreditirala nacionalna, evropska ali mednarodna telesa.

3. Ponudnik storitev si na zahtevo zainteresiranega subjekta po najboljših močeh prizadeva, da v enem mesecu predloži zahtevane informacije ali obrazloženi odgovor v skladu z odstavkom 5.

4. Ponudnik storitev pri pripravi informacij, ki jih predloži v skladu z odstavkom 1, lahko združi ustrezne zneske ali jih, če je potrebno za zaščito njegovih legitimnih poslovnih interesov, navede v razponu.

5. Če so zahteve v skladu z odstavkom 1 očitno neutemeljene, nejasne ali pretirane, zlasti zaradi pomanjkanja jasnosti, lahko ponudnik storitev zavrne odgovor. V takem primeru pošlje zadevni izvajalec storitev zainteresiranemu subjektu, ki je podal zahtevo, obrazloženi odgovor.

6. Če se zahteve iz odstavka 1 ponavljajo in njihova obdelava povzroča znatne stroške, lahko ponudnik storitev zaračuna razumno in sorazmerno pristojbino, ki pa nikakor ne presega upravnih stroškov zagotovitve zahtevanih informacij.

7. Ponudniki storitev nosijo dokazno breme, da je zahteva očitno neutemeljena, nejasna ali pretirana ali da se zahteve ponavljajo in da njihova obdelava povzroča znatne stroške.

POGLAVJE III – CILJANJE IN OJAČEVANJE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 12

Posebne zahteve, povezane s ciljanjem in ojačevanjem

1. Tehnike ciljanja ali ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, so v kontekstu političnega oglaševanja prepovedane.

2. Prepoved iz prvega stavka se ne uporablja v situacijah, navedenih v členu 9(2)(a) in (d) Uredbe (EU) 2016/679 in členu 10(2)(a) in (d) Uredbe (EU) 2018/1725.

3. Pri uporabi tehnik ciljanja ali ojačevanja v kontekstu političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, upravljavci poleg zahtev iz Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725, kakor je ustrezno, izpolnjujejo tudi naslednje zahteve:

   (a) sprejmejo in izvajajo notranjo politiko, ki jasno in v preprostem jeziku opisuje zlasti uporabo takih tehnik za ciljanje na posameznike ali ojačevanje vsebine, ter tako politiko ohranijo pet let;

   (b) hranijo evidenco o uporabi ciljanja ali ojačevanja, ustreznih mehanizmih, uporabljenih tehnikah in parametrih ter virih uporabljenih osebnih podatkov;

   (c) skupaj s političnim oglasom zagotovijo dodatne informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel razloge za uporabljeno tehniko in njene glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike. Te informacije morajo vsebovati elemente iz Priloge II.

4. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki uporabljajo tehnike ciljanja ali ojačevanja, vključijo v obvestilo za preglednost iz člena 7 informacije iz odstavka 3(c) in povezavo na politiko iz odstavka 3(a). V primeru, da upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj oglasov, upravljavec izdajatelju političnega oglaševanja posreduje notranjo politiko ali sklic nanjo.

5. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki uporabljajo tehnike ciljanja ali ojačevanja iz odstavka 3, v oglas vključijo ali oglasu priložijo sklic na učinkovita sredstva za podporo posameznikom pri uveljavljanju njihovih pravic na podlagi Uredbe (EU) 2016/679 ter ta sklic vključijo v obvestilo za preglednost, ki se zahteva v skladu s členom 7.

6. Informacije, ki se predložijo v skladu s to določbo, se pripravijo v obliki, ki je preprosto dostopna, in kadar je to tehnično izvedljivo, strojno berljiva, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da je napisana v preprostem jeziku.

7. Ponudniki oglaševalskih storitev, kakor je potrebno, upravljavcu predložijo informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz odstavka 3.

8. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 19 za spremembo Priloge II s spreminjanjem elementov na seznamu

informacij, ki jih je treba zagotoviti v skladu z odstavkom 3(c) tega člena, ali njihovim črtanjem ob upoštevanju tehnološkega razvoja v ustreznih znanstvenih raziskavah in razvoja v nadzoru s strani pristojnih organov ter ustreznih smernic, ki jih izdajo pristojna telesa.

Člen 13

Predložitev informacij o ciljanju ali ojačevanju drugim zainteresiranim subjektom

1. Upravljavec iz člena 12 sprejme ustrezne ukrepe, da v skladu s členom 11(1) zainteresiranim subjektom na zahtevo predloži informacije iz člena 12.
2. Smiselno se uporablja člen 11(2) do (7).

POGLAVJE IV – NADZOR IN IZVRŠEVANJE

Člen 14

Pravni zastopnik

1. Ponudniki storitev, ki zagotavljajo storitve političnega oglaševanja v Uniji, vendar nimajo sedeža v Uniji, pisno določijo fizično ali pravno osebo za svojega pravnega zastopnika v eni od držav članic, v katerih ponujajo storitve.
2. Pravni zastopnik je odgovoren za zagotavljanje skladnosti z obveznostmi, ki jih ima zastopani ponudnik storitev v skladu s to uredbo, in 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.

Člen 15

Pristojni organi in kontaktne točke

1. Nadzorni organ iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 oziroma člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 je pristojen za spremljanje uporabe člena 12 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 členu 12 te uredbe, se uporablja Poglavje VII Uredbe (EU) 2016/679.
2. Države članice imenujejo pristojne organe za spremljanje skladnosti ponudnikov posredniških storitev v smislu uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah] z obveznostmi iz členov 5 do 11 in 14 te uredbe, kadar je to ustrezno. Pristojni organ, imenovan v skladu z uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], je lahko eden od pristojnih organov, imenovanih za spremljanje skladnosti spletnih posrednikov z

obveznostmi iz členov 5 do 11 in 14 te uredbe. Koordinator digitalnih storitev iz člena 38 Uredbe (EU) 2021/xxx v vsaki državi članici je odgovoren za zagotavljanje usklajevanja na nacionalni ravni v zvezi s ponudniki posredniških storitev, kakor so opredeljeni v Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah]. Za zadeve, povezane z uporabo te uredbe, kar zadeva ponudnike posredniških storitev, se uporablja člen 45(1) do (4) in člen 46(1) Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah].

3. 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 2. Vsak pristojni organ, ki je imenovan v skladu s tem odstavkom, je strukturno popolnoma neodvisen od sektorja ter od kakršnega koli zunanjega poseganja ali političnih pritiskov. Popolnoma je neodvisen pri učinkovitem spremljanju in sprejemanju ukrepov, ki so potrebni in sorazmerni za zagotovitev skladnosti s to uredbo.

4. Pristojni organi iz odstavka 3 so pri opravljanju svojih nadzornih nalog v zvezi s to uredbo pooblaščeni, da od ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo dostop do podatkov, dokumentov ali kakršnih koli informacij, ki jih potrebujejo za opravljanje svojih nadzornih nalog.

5. Kadar pristojni organi iz odstavka 3 izvajajo svoja izvršilna pooblastila v zvezi s to uredbo, so pooblaščeni, da:

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

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

   (c) naložijo upravne globe in denarne kazni.

6. Države članice zagotovijo sodelovanje med pristojnimi organi, zlasti v okviru nacionalnih mrež za volitve, da omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog v skladu s to uredbo, vključno s skupnim ugotavljanjem kršitev, izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja ter povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.

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

8. Kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja zagotavlja storitve v več kot eni državi članici ali ima glavni sedež ali zastopnika v eni državi članici, vendar izvaja svoje glavne dejavnosti v drugi državi članici, pristojni organ države članice glavnega sedeža ali drugega sedeža ali zastopnika in pristojni organi navedenih drugih držav članic po potrebi sodelujejo in si pomagajo. Če navedeno sodelovanje še ni urejeno s pravom Unije, velja vsaj naslednje:

   (a) pristojni organi, ki izvajajo nadzorne ali izvršilne ukrepe v državi članici, pristojne organe v drugih zadevnih državah članicah prek kontaktne točke iz odstavka 7 obvestijo tako o sprejetih nadzornih in izvršilnih ukrepih kot nadaljnjih ukrepih ter se z njimi posvetujejo;

   (b) pristojni organ lahko prek kontaktne točke iz odstavka 7 na utemeljen, upravičen in sorazmeren način zaprosi drug pristojni organ, če je ta v primernejšem položaju, da sprejme nadzorne ali izvršilne ukrepe iz odstavkov 4 in 5; ter

(c) pristojni organ po prejemu utemeljene prošnje drugega pristojnega organa temu pristojnemu organu zagotovi pomoč, da se lahko nadzorni ali izvršilni ukrepi iz odstavkov 4 in 5 izvedejo na uspešen, učinkovit in dosleden način. Ustrezni pristojni organ, ki je tako zaprošen, prek kontaktnih točk iz odstavka 7 in v časovnem okviru, ki je sorazmeren z nujnostjo prošnje, zagotovi odgovor, v katerem sporoči zahtevane informacije, ali sporoči, da meni, da pogoji za zahtevo za pomoč v skladu s to uredbo niso izpolnjeni. Vse informacije, izmenjane v okviru pomoči, za katero se zaprosi in ki se zagotovi v skladu s tem členom, se uporabljajo samo v zvezi z zadevo prošnje za pomoč.

9. Kontaktne točke se redno srečujejo na ravni Unije v okviru evropske mreže za volilno sodelovanje, da omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog v skladu s to uredbo.

Člen 16

Sankcije

1. Države članice v zvezi s členi 5 do 11, 13 in 14 določijo pravila o sankcijah, vključno z upravnimi globami in denarnimi kaznimi, ki se uporabijo za ponudnike storitev političnega oglaševanja v njihovi pristojnosti za kršitve te uredbe in ki so v vsakem posameznem primeru učinkovite, sorazmerne in odvračilne.

2. Države članice v dvanajstih mesecih od začetka veljavnosti te uredbe Komisijo uradno obvestijo o navedenih pravilih in jo nemudoma uradno obvestijo o vseh poznejših spremembah, ki vplivajo na ta pravila.

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

(a) narava, resnost in trajanje kršitve;

(b) ali je kršitev naklepna ali posledica malomarnosti;

(c) morebitni ukrepi za ublažitev škode;

(d) morebitne zadevne predhodne kršitve in vse druge oteževalne ali olajševalne okoliščine, ki veljajo za okoliščine primera; ter

(e) raven sodelovanja s pristojnim organom.

4. Kršitve člena 7 se štejejo za posebej hude, kadar zadevajo politično oglaševanje, ki se izda ali razširja v volilnem obdobju in je usmerjeno na državljane v državi članici, v kateri potekajo zadevne volitve.

5. Če ponudnik storitev namenoma ali iz malomarnosti krši določbe te uredbe za isto ali povezano politično oglaševanje, je skupni znesek upravne globe zadostno prilagodljiv, da se lahko upoštevajo vsi ustrezni dejavniki; dejstvo, da je bila Uredba kršena v več pogledih, se odraža v znesku skupne globe v skladu z načelom sorazmernosti.

6. Za kršitve obveznosti iz člena 12 lahko nadzorni organi iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 v okviru svojih pristojnosti naložijo upravne globe v skladu s členom 83 Uredbe (EU) 2016/679 in do zneska iz člena 83(5) navedene uredbe.

7. Za kršitve obveznosti iz člena 12 lahko nadzorni organi iz člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 v okviru svojih pristojnosti naložijo upravne globe v skladu s členom 66 Uredbe (EU) 2018/1725 in do zneska iz člena 66(3) navedene uredbe.

Člen 17

Objava volilnih obdobij

Države članice objavijo datume nacionalnih volilnih obdobij na lahko dostopnem mestu in z ustreznim sklicem na to uredbo.

POGLAVJE V – KONČNE DOLOČBE

Člen 18

Ocena in pregled

Komisija predloži poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament, prvič pa najpozneje do 31. decembra 2026. V navedenem poročilu oceni potrebo po spremembi te uredbe. Poročilo se objavi.

Člen 19

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 7(8) in člena 12(8) se prenese na Komisijo za obdobje [dokler se ne oceni uporaba te uredbe, dve leti po naslednjih volitvah v Evropski parlament].
3. Prenos pooblastila iz člena 7(8) in člena 12(8) lahko kadar koli prekliče Evropski parlament ali Svet. S sklepom o preklicu preneha veljati prenos pooblastila iz navedenega sklepa. Sklep začne učinkovati dan po 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 takoj po sprejetju delegiranega akta o njem sočasno uradno obvesti Evropski parlament in Svet.
5. Delegirani akt, sprejet na podlagi člena 7(8) ali člena 12(8), 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 20

Začetek veljavnosti in uporaba

1. Ta uredba začne veljati dvajseti dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.
2. Uporablja se od 1. aprila 2023.
3. Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju,

Za Evropski parlament *predsednik*	*Za Svet* *predsednik*