EURÓPSKA
KOMISIA

V Bruseli 25. 11. 2021
COM(2021) 731 final

2021/0381 (COD)

Návrh

NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY

o transparentnosti a cielení politickej reklamy

(Text s významom pre EHP)

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

DÔVODOVÁ SPRÁVA

1. KONTEXT NÁVRHU

• Dôvody a ciele návrhu

Cieľom tohto návrhu je predovšetkým prispieť k riadnemu fungovaniu **vnútorného trhu s politickou reklamu** stanovením harmonizovaných pravidiel v záujme **vysokej úrovne transparentnosti politickej reklamy a súvisiacich služieb**. Tieto pravidlá **sa budú vzťahovať na poskytovateľov služieb politickej reklamy**.

Cieľom návrhu je aj ochrana fyzických osôb v súvislosti so spracúvaním osobných údajov stanovením pravidiel používania techník **cielenia a zosilňovania vplyvu** v kontexte politickej reklamy. Tieto pravidlá **sa budú vzťahovať na všetkých prevádzkovateľov, teda nie len na poskytovateľov služieb politickej reklamy**, využívajúcich takéto techniky cielenia a zosilňovania vplyvu.

Keďže reklama vrátanej tej politickej sa zvyčajne poskytuje za odplatu, predstavuje službu podľa článku 57 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „ZFEÚ“). Platí to aj v prípade rôznych činností súvisiacich s politickou reklamou vrátane prípravy obsahu a kampaní, umiestňovania reklamy v distribučnom médiu a jej uverejňovania a šírenia. Fyzické a právnické osoby v EÚ, ktoré uvedené služby poskytujú cezhranične, preto požívajú základné slobody, najmä slobodu usadiť sa a voľný pohyb služieb, ktoré patria medzi základné zásady právneho poriadku EÚ. Cezhraničné poskytovanie služieb zahŕňa slobodu ponúkať a poskytovať služby v inom členskom štáte, než je členský štát usadenia. Zahŕňa aj slobodu prijímať služby cezhranične. Voľný pohyb služieb zahŕňa nielen situácie cezhraničného pôsobenia poskytovateľa resp. príjemcu, ale aj situácie cezhraničného poskytovania služby. Poskytovanie reklamných služieb je v rôznych členských štátoch regulované rozličnými spôsobmi v závislosti od médií využívaných na uverejňovanie alebo šírenie reklamných oznámení (napr. tlač, audiovizuálne médiá, online platformy atď.) a účelu, ktorý sa platnými pravidlami sleduje (napr. ochrana spotrebiteľa). Služby politickej reklamy podliehajú doplňujúcim osobitným pravidlám, ktorými sa ukladajú povinnosti zadávateľom – najmä politickým aktérom – a poskytovateľom služieb.

Služby politickej reklamy sa v EÚ rozvíjajú. Vzhľadom na ich celkový rast, a najmä na výrazné zvýšenie ich prítomnosti v príslušných online službách, vznikli v kontexte nerovnomerne presadzovanej a roztrieštenej regulácie obavy, že vnútorný trh nie je v súčasnosti vybavený tak, aby v záujme zabezpečenia spravodlivého a otvoreného demokratického procesu vo všetkých členských štátoch poskytoval politickú reklamu na vysokej úrovni transparentnosti. Kvôli týmto obavám týkajúcim sa regulačných medzier a nedostatočnej transparentnosti sa niektoré členské štáty už rozhodli zasiahnuť prijatím opatrení a ďalšie zasiahnuť plánujú, no opatrenia na vnútroštátnej úrovni nemôžu odstrániť medzery v cezhraničnom presadzovaní.

V rámci vnútroštátnej regulácie politickej reklamy sa poskytovateľom služieb politickej reklamy ukladajú povinnosti, ktoré podmieňujú dostupnosť politickej reklamy a určujú prvky jej obsahu s cieľom zabezpečiť osobitnú transparentnosť. Cieľom takýchto vnútroštátnych pravidiel je okrem iného zabezpečiť zodpovednosť a celkovú organizáciu spravodlivého a otvoreného politického procesu, a to aj podporou monitorovania dodržiavania príslušných

povinností zo strany politických aktérov. Tieto **vnútroštátne pravidlá sú značne roztrieštené**, a to aj pokiaľ ide o vymedzenie príslušných pojmov a povahu povinností.

Nejednotné vymedzenie pojmu politická reklama v jednotlivých členských štátoch spôsobuje ťažkosti pri určovaní, či je určitá reklama politická. Z pohľadu rozsahu a obsahu povinností týkajúcich sa transparentnosti, ktoré sa vzťahujú na poskytovateľov služieb poskytujúcich služby spojené s politickou reklamou v členských štátoch a medzi členskými štátmi, existujú značné rozdiely v závislosti od prostriedkov a vnútroštátnych politických tradícií, čo vedie k roztrieštenosti. Niektoré členské štáty zakazujú iba anonymnú politickú reklamu, iné požadujú, aby sa v reklamnom oznámení uvádzali konkrétne informácie o financovaní alebo o totožnosti zadávateľa, a v niektorých členských štátoch sú zavedené požiadavky na označovanie politických reklamných oznámení alebo na jasné rozlišovanie medzi reklamným a redakčným obsahom.

Z dôvodu technologických zmien – najmä vývoja v online prostredí, ktorý umožnil šírenie rôznych nových médií a metód financovania, prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a šírenia politickej reklamy – **predstavuje roztrieštenosť a otázky spojené s monitorovaním a presadzovaním zložitejší problém**. Niekedy nie je jasné, či sa požiadavky, ktoré môžu byť stanovené všeobecnými pravidlami obsiahnutými v právnych predpisoch v oblasti volieb, vzťahujú na všetky médiá vrátane tých, ktoré pôsobia v online prostredí, čo je pre poskytovateľov služieb politickej reklamy zdrojom ďalšej právnej neistoty.

Táto roztrieštenosť sa zvýši, keď členské štáty vypracujú nové pravidlá na riešenie potreby zabezpečenia transparentnosti politických reklamných oznámení, najmä v súvislosti s technologickým vývojom. Vzhľadom na nové vnútroštátne pravidlá *ad hoc* sa pravdepodobne zvýši roztrieštenosť základných prvkov transparentnosti, napríklad v otázke, aké informácie treba uverejňovať a v akom formáte, ako aj roztrieštenosť z pohľadu rozsahu uplatňovania týchto požiadaviek. Zároveň je pravdepodobné, že sa tým ďalej zníži právna istota jednak pre poskytovateľov služieb politickej reklamy, jednak pre zadávateľov reklamy.

Táto **roztrieštenosť** požiadaviek na transparentnosť vytvára prekážky pri poskytovaní služieb. Je príčinou **osobitných nákladov na dodržiavanie predpisov**, ktoré vznikajú poskytovateľom služieb, keď musia investovať do určenia uplatniteľných noriem a prispôsobenia reklamy rôznym jurisdikciám, a zároveň je zdrojom právnej neistoty, pokiaľ ide o požiadavky na transparentnosť vzťahujúce sa na politickú reklamu. Táto roztrieštenosť takisto **obmedzuje možnosť** poskytovateľov služieb, ktorí by mohli ponúkať svoje služby súvisiace s politickou reklamou v rôznych členských štátoch, vstúpiť na trh v iných členských štátoch alebo rozvíjať nové služby. Tým sa takisto **obmedzujú možnosti príjemcov služieb** na vnútornom trhu, zužuje sa priestor na cezhraničné vedenie kampane a znižuje sa možnosť výberu. Najmä malé a stredné podniky (ďalej len „MSP“) nemusia byť schopné identifikovať všetky rôznorodé vnútroštátne požiadavky a postupy a prispôsobiť sa im. Poskytovatelia služieb politickej reklamy vyjadrili obavy v súvislosti s týmito prekážkami počas konzultácií, ktoré sa uskutočnili v rámci prípravy tohto návrhu.

Má to dosah aj na občanov a príslušné orgány, keďže vydavatelia politickej reklamy a poskytovatelia súvisiacich služieb sa môžu nachádzať v inom členskom štáte ako občania, ktorí sa s danou politickou reklamou stretávajú, čím vznikajú osobitné otázky týkajúce sa dohľadu.

Rýchle technologické zmeny, čoraz roztrieštenejšia a problematickejšia situácia z hľadiska regulácie, ako aj zvyšujúce sa sumy, ktoré sa vynakladajú na politickú reklamu, **poukazujú na potrebu konať** na úrovni EÚ s cieľom zabezpečiť voľný pohyb služieb politickej reklamy

v celej Únii, a zároveň zaistiť vysokú úroveň transparentnosti, ktorá prispieva k väčšej otvorenosti a spravodlivosti volebných procesov v EÚ.

Navrhované opatrenia sú založené na analýze existujúcich alebo plánovaných právnych predpisov členských štátov v oblasti politickej reklamy.

Vzhľadom na práve opísaný kontext by sa v tomto návrhu mala stanoviť harmonizovaná požiadavka na transparentnosť, ktorá by sa vzťahovala na hospodárske subjekty poskytujúce politickú reklamu a súvisiace služby (t. j. činnosti, ktoré sa bežne poskytujú za odplatu), ktoré sa týkajú prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a šírenia politickej reklamy, alebo na reklamu zameranú na občanov v členskom štáte.

Cieľom tohto návrhu je zároveň ochrana fyzických osôb v súvislosti so spracúvaním osobných údajov stanovením pravidiel používania cielenia v kontexte šírenia politickej reklamy.

Osobné údaje získané priamo od občanov alebo získané na základe ich aktivity online, profilovania ich správania a iných analýz **sa využívajú so zámerom zacieliť politické posolstvá** na občanov zameraním reklamných oznámení na skupiny a **zosilniť ich vplyv a obeh** prispôsobením obsahu a jeho šírením na základe charakteristík určených prostredníctvom spracovania týchto osobných údajov a ich analýzy. Z pozorovania vyplýva, že spracúvanie osobných údajov na takéto účely, najmä údajov, ktoré sa podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/1725 považujú za citlivé, má **osobitný nepriaznivý vplyv na práva občanov** vrátane ich slobody presvedčenia a práva na informácie, spojené s prijímaním politických rozhodnutí a vykonávaním ich práva voliť. Niektoré členské štáty sa takisto pokúsili zasiahnuť v súvislosti s praktikami cielenia alebo o tejto možnosti uvažujú. V kontexte harmonizácie pravidiel ochrany fyzických osôb pri spracúvaní ich osobných údajov a pravidiel o voľnom pohybe takýchto údajov sú potrebné opatrenia na úrovni Únie, ktoré sú vhodné na zabezpečenie osobitnej dodatočnej ochrany osobných údajov, ak sa používajú v kontexte cielenia politickej reklamy.

Preto by sa tento návrh mal zaoberať aj používaním techník cielenia a zosilňovania vplyvu v kontexte uverejňovania, šírenia alebo propagácie politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov všetkými prevádzkovateľmi, t. j. nie len poskytovateľmi služieb politickej reklamy.

Potreba zaoberať sa týmito otázkami bola oznámená v politických usmerneniach predsedníčky Komisie a je v súlade s akčným plánom pre európsku demokraciu[1], ktorý Komisia predložila v decembri 2020. V akčnom pláne sa uznáva potreba väčšej transparentnosti politickej reklamy a komunikácie, ako aj súvisiacich komerčných činností, aby občania, občianska spoločnosť a zodpovedné orgány jednoznačne poznali zdroj a účel takejto reklamy.

Je nutné zaviesť tieto opatrenia v roku 2023, aby boli účinné pred voľbami do Európskeho parlamentu v roku 2024.

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

- **Súlad s existujúcimi ustanoveniami v tejto oblasti politiky**

Tento návrh dopĺňa návrh aktu o digitálnych službách[2], ktorý zahŕňa určité všeobecné povinnosti online sprostredkovateľov týkajúce sa transparentnosti online reklamy, a širší rámec EÚ pre trh s digitálnymi službami[3]. Bude sa vzťahovať na činnosti v online aj offline prostredí. V porovnaní s aktom o digitálnych službách sa v ňom rozširujú kategórie informácií, ktoré sa musia zverejniť v súvislosti s politickou reklamou, ako aj rozsah príslušných dotknutých poskytovateľov služieb. Zatiaľ čo aktom o digitálnych službách sa ukladajú požiadavky na transparentnosť online platforiem, táto iniciatíva sa vzťahuje na celé spektrum vydavateľov politickej reklamy, ako aj na iných príslušných poskytovateľov služieb podieľajúcich sa na príprave, umiestňovaní, propagácii, uverejňovaní a šírení politickej reklamy. Návrhom sa synergicky dopĺňa požiadavka podľa aktu o digitálnych službách, aby veľmi veľké online platformy posudzovali systémové riziká vyplývajúce z fungovania a používania systémov na výber a zobrazovanie reklamy so zreteľom na skutočné alebo predvídateľné účinky spojené s volebnými procesmi.

Návrh je v súlade s balíkom volebných opatrení predloženým v septembri 2018 vrátane odporúčania o sieťach pre spoluprácu pri voľbách, transparentnosti na internete, ochrane pred kybernetickými bezpečnostnými incidentmi a boji proti dezinformačným kampaniam[4], v ktorom sa podporuje spolupráca medzi príslušnými orgánmi na vnútroštátnej úrovni a na úrovni Únie s cieľom chrániť voľby a ktoré obsahuje konkrétne odporúčania zamerané na posilnenie transparentnosti politickej komunikácie, ako aj usmernenia k uplatňovaniu právnych predpisov Únie v oblasti ochrany údajov na podporu súladu s nariadením (EÚ) 2016/679.

Na spracúvanie osobných údajov v kontexte politickej reklamy sa už uplatňuje nariadenie (EÚ) 2016/679 a ďalšie pravidlá Únie o ochrane osobných údajov a súkromia komunikácie [vrátane nariadenia (EÚ) 2018/1725 a smernice 2002/58/ES]. Tento návrh nariadenia vychádza z ustanovení uplatniteľných na spracúvanie osobných údajov v súvislosti s politickou reklamou uvedených v nariadení (EÚ) 2016/679 a nariadení (EÚ) 2018/1725 a dopĺňa ich. Kodifikujú sa v ňom prvky usmernenia Európskeho výboru pre ochranu údajov stanovením informácií, ktoré sa majú povinne poskytnúť dotknutej osobe v súvislosti s politickou reklamou (zdroj údajov a použitý postup)[5].

Zároveň vychádza z Kódexu postupov EÚ proti šíreniu dezinformácií, v ktorom sa stanovujú záväzky online platforiem týkajúce sa transparentnosti politickej reklamy a tematickej reklamy a ktorý je v súčasnosti predmetom revízie zo strany jeho súčasných a budúcich signatárov v súlade s usmernením Komisie k posilneniu kódexu postupov[6]. Záväzky a opatrenia prijaté podľa kódexu postupov by mali tvoriť prepojenie so súčasnými právnymi

---

2 https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12418-Digital-Services-Act-package-ex-ante-regulatory-instrument-of-very-large-online-platforms-acting-as-gatekeepers a https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-Digital-Services-Act-deepening-the-Internal-Market-and-clarifying-responsibilities-for-digital-services

3 To zahŕňa nezáväzné https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online; ako aj dobrovoľné povinnosti (https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=42985).

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

5 https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf

6 Usmernenie Európskej komisie k posilneniu Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií [COM(2021) 262 final] https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation.

predpismi so zahrnutím sektorovo riadených praktických riešení. Po prijatí tohto právneho aktu by signatári kódexu mali zaviesť a doplniť jeho pravidlá aj v rámci kódexu postupov.

Pokiaľ takéto povinnosti patria do právomoci regulačných orgánov určených v týchto existujúcich rámcoch, mali by ich monitorovať a presadzovať tie isté orgány a mala by prebiehať ich koordinácia príslušnými existujúcimi a plánovanými štruktúrami európskej spolupráce vrátane Európskeho výboru pre ochranu údajov. Európska sieť pre spoluprácu v oblasti volieb zriadená v roku 2018, ktorá združuje kontaktné miesta vnútroštátnych volebných sietí tvorených rôznymi orgánmi s právomocami v danej oblasti, by mala poskytnúť rámec na podporu posilnenej koordinácie a výmeny najlepších postupov medzi príslušnými orgánmi v kontexte politickej reklamy.

- **Súlad s ostatnými politikami Únie**

Tento návrh je takisto úzko spätý s prácou prebiehajúcou v súvislosti s ďalšími iniciatívami v rámci balíka opatrení v oblasti transparentnosti a demokracie, ktorý je súčasťou ročného pracovného programu Komisie.[7]

Akčný plán pre európsku demokraciu zahŕňa viacero iniciatív na pomoc pri ochrane integrity volieb a podpore demokratickej účasti. Stavia okrem iného na skúsenostiach získaných v kontexte implementácie balíka volebných opatrení Komisie z roku 2018[8] a z činnosti Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb.

Tento návrh zároveň dopĺňa návrh na zmenu nariadenia (EÚ) č. 1141/2014 o štatúte a financovaní európskych politických strán a európskych politických nadácií. Zmena uvedeného nariadenia, ktorú predložila Komisia, obsahuje osobitné pravidlá, ktorých cieľom je zaručiť, aby európske politické strany dodržiavali pri šírení politických reklamných oznámení prísne normy transparentnosti.

Napokon tento návrh obsahuje synergie s úsilím, ktoré EÚ vynakladá smerom von v oblasti pozorovania volieb (volebné pozorovateľské misie EÚ a nadväzujúce opatrenia). Volebné pozorovateľské misie posudzujú online politickú reklamu počas volebných kampaní a môžu odporučiť opatrenia na zlepšenie príslušného regulačného rámca počas volebného procesu. Európska únia spolu s medzinárodnými partnermi následne poskytuje poradenstvo a podporu partnerským krajinám pri vykonávaní týchto odporúčaní. V kontexte Deklarácie zásad medzinárodných volebných pozorovateľských misií, ktorú schválila OSN, boli vypracované spoločné usmernenia k pozorovaniu online kampaní.

2. PRÁVNY ZÁKLAD, SUBSIDIARITA A PROPORCIONALITA

- **Právny základ**

Právnym základom tohto návrhu je predovšetkým článok 114 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ZFEÚ), v ktorom sa stanovuje prijímanie opatrení na zabezpečenie vytvorenia a fungovania vnútorného trhu. Toto ustanovenie umožňuje opatrenia na aproximáciu ustanovení zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov, ktoré smerujú k vytváraniu a fungovaniu vnútorného trhu. Je vhodným právnym základom na zásah zahŕňajúci poskytovateľov služieb na vnútornom trhu a riešenie rozdielov medzi

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

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

ustanoveniami členských štátov, ktoré bránia základným slobodám a majú priamy vplyv na fungovanie vnútorného trhu.

Keďže niektoré členské štáty prijali alebo majú v úmysle prijať právne predpisy týkajúce sa požiadaviek na transparentnosť, ktoré sa vzťahujú na služby politickej reklamy, vo vnútroštátnych právnych predpisoch v tejto oblasti existujú a vznikajú rozdiely. Táto situácia spôsobuje regulačnú roztrieštenosť, pretože pravidlá týkajúce sa transparentnosti služieb politickej reklamy sa líšia z hľadiska špecifických prvkov transparentnosti, ktoré požadujú (informácie, ktoré sa majú zverejniť spolu s reklamným oznámením, a ich formát), ako aj z hľadiska rozsahu (aký typ reklamných oznámení sa považuje za politickú reklamu a akých médií sa to týka), pričom zvyšujú náklady na dodržiavanie predpisov pre poskytovateľov služieb pôsobiacich na vnútornom trhu. Bez opatrení na úrovni Únie sa táto situácia ešte viac zhorší, keď niektoré členské štáty prijmú nové iniciatívy, zatiaľ čo v iných členských štátoch sa transparentnosť služieb politickej reklamy riešiť nebude. Preto je potrebná harmonizácia na úrovni EÚ a relevantným právnym základom tejto iniciatívy je článok 114 ZFEÚ. Touto iniciatívou sa odstránia určité existujúce prekážky súvisiace s transparentnosťou a skutočne sa zlepší fungovanie vnútorného trhu. V záujme fungovania vnútorného trhu nie je potrebné a vzhľadom na právomoci Únie nie je ani vhodné, aby zásah mal formu vnútroštátnych pravidiel, ktoré obmedzujú dostupnosť služieb politickej reklamy na určité kategórie zadávateľov alebo obdobia, alebo ktoré obmedzujú financovanie či médium, ktoré možno použiť. Takéto pravidlá sú neoddeliteľnou súčasťou vnútroštátnych právnych predpisov v oblasti volieb a nie sú súčasťou fungovania vnútorného trhu.

Okrem toho vzhľadom na skutočnosť, že tento návrh obsahuje určité osobitné pravidlá ochrany fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov, najmä obmedzenia techník cielenia, ktoré sa v prípade použitia v kontexte politickej reklamy považujú za prvky s nepriaznivým dosahom na práva, je vhodné, aby v súvislosti s uvedenými osobitnými pravidlami bol základom tohto nariadenia článok 16 ZFEÚ.

- **Subsidiarita (v prípade inej ako výlučnej právomoci)**

Podľa zásady subsidiarity stanovenej v článku 5 ods. 3 Zmluvy o Európskej únii (ďalej len „ZEÚ“) by sa opatrenia na úrovni EÚ mali prijať len vtedy, ak zamýšľané ciele nemôžu uspokojivo dosiahnuť samotné členské štáty, a preto ich možno z dôvodu rozsahu alebo účinkov navrhovaných opatrení lepšie dosiahnuť na úrovni EÚ.

Viaceré členské štáty prijali alebo majú v úmysle prijať právne predpisy v oblasti transparentnosti politickej reklamy. Keďže sa tieto pravidlá rozsahom, obsahom a účinkom navzájom líšia, vzniká nejednotný rámec vnútroštátnych pravidiel a hrozí, že situácia bude čoraz roztrieštenejšia. Tým sa oslabuje účinné uplatňovanie slobody usadiť sa a slobody poskytovať služby v Únii.

Okrem toho cezhraničný charakter niektorých činností vrátane činností v online prostredí je z hľadiska čisto vnútroštátnej regulácie v tejto oblasti zdrojom významných výziev. Je nepravdepodobné, že by členské štáty konajúce nezávisle dokázali zistené problémy účinne riešiť. V praxi je navyše ťažké rozlišovať medzi čisto vnútroštátnymi a potenciálne cezhraničnými situáciami.

Potreba konať na úrovni EÚ sa preukázala aj na základe činnosti určitých poskytovateľov služieb politickej reklamy a politických aktérov, ktorí ich využívajú. Počas posledných volieb do Európskeho parlamentu niektoré veľké online platformy podnikli kroky na riešenie problému, ktorý predstavuje právna neistota a roztrieštenosť vnútorného trhu, čo viedlo k jeho

rozdeleniu. Ukázalo sa to ako významný problém pre zadávateľov politickej reklamy, t. j. pre politické strany, ktorých zámerom je uverejňovať a šíriť politickú reklamu v celej EÚ.

Spoločné prísne normy EÚ vzťahujúce sa na transparentnosť politickej reklamy a súvisiacich služieb by priniesli väčšiu právnu istotu, najmä pre poskytovateľov služieb. Odstránili by sa rastúce náklady na dodržiavanie predpisov pri cezhraničnom poskytovaní služieb a znížilo by sa riziko nedodržiavania predpisov. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by tak nemali motiváciu deliť vnútorný trh, vznikli by tak nové stimuly na poskytovanie cezhraničných služieb a na rozvoj nových služieb.

Naopak, účinky akéhokoľvek opatrenia prijatého podľa vnútroštátneho práva by sa obmedzovali na jeden členský štát, hrozilo by, že dané opatrenia sa budú obchádzať alebo bude ťažké dohliadať na poskytovateľov služieb z iných členských štátov, a prijaté opatrenia by mohli byť v rozpore s voľným pohybom v rámci vnútorného trhu. Takisto by sa tým neriešili zistené problémy prítomné v celej EÚ a mohli by sa tým zároveň zhoršiť účinky roztrieštenosti. Systém EÚ by takisto pomohol príslušným orgánom pri výkone ich funkcií dohľadu, iným zainteresovaným stranám by pomohol plniť ich úlohu v demokratickom procese a zvýšil by celkovú odolnosť EÚ voči manipulácii s informáciami a zasahovaniu do volebných procesov vrátane dezinformácií.

Navrhované nariadenie neprekračuje rámec toho, čo je potrebné, a najmä sa nezaoberá inými otázkami spojenými s politickou reklamou, ktoré sa týkajú iných aspektov než transparentnosti a používania techník cielenia. Nezasahuje sa ním do iných aspektov regulovaných na vnútroštátnej úrovni, ako je zákonnosť obsahu politického reklamného oznámenia, obdobia, počas ktorých sú reklamné oznámenia povolené, alebo povaha účastníkov v demokratickom procese.

V návrhu tohto nariadenia sa nestanovuje potreba zriadiť žiadne nové orgány či subjekty na úrovni členských štátov. Dohľadom nad ustanoveniami nariadenia a ich presadzovaním sa poverujú relevantné príslušné vnútroštátne orgány vrátane tých, ktoré majú určené úlohy podľa existujúcich súvisiacich právnych predpisov Únie. Členské štáty preto môžu určiť existujúce odvetvové orgány, ktorým budú zverené aj právomoci na monitorovanie a presadzovanie ustanovení tohto nariadenia, a využívať ich odborné znalosti. Členské štáty budú zodpovedné za zabezpečenie toho, aby tieto orgány mali potrebnú kapacitu na zaistenie ochrany práv občanov v kontexte transparentnej politickej reklamy.

Členské štáty sa budú opierať o štruktúru spolupráce určenú na úrovni Únie. Budú musieť určiť orgány podľa nariadenia (EÚ) 2016/679, ktoré budú monitorovať dodržiavanie ustanovení o cielení stanovených v tomto nariadení. Zodpovedajúcim spôsobom bude svoju funkciu plniť Európsky výbor pre ochranu údajov a uplatňovať sa mechanizmus konzistentnosti zriadený podľa uvedeného nariadenia.

Toto nariadenie podporí príslušné vnútroštátne orgány pri efektívnejšom plnení ich úloh, najmä pokiaľ ide o online a cezhraničnú reklamu, tým, že sa v ňom bude vyžadovať poskytovanie informácií o službách politickej reklamy.

Príslušné orgány budú pri plnení svojich úloh musieť navzájom spolupracovať. Štruktúru takejto spolupráce medzi orgánmi na vnútroštátnej úrovni poskytujú vnútroštátne siete pre voľby zriadené na základe odporúčania C(2018) 5949 final, pričom sa rešpektujú právomoci jednotlivých orgánov zapojených do tejto siete.

Komisia bude podporovať spoluprácu medzi orgánmi na úrovni Únie, a to aj v rámci Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb.

Podporí sa tým vznik regulovaného a inovačného európskeho trhu so službami politickej reklamy, ktorý požíva dôveru občanov a podporuje integritu demokratického procesu.

- **Proporcionalita**

Pokiaľ ide o zásadu proporcionality, obsah a forma navrhovaného opatrenia neprekračujú rámec toho, čo je potrebné na dosiahnutie cieľa, ktorý spočíva v zabezpečení riadneho fungovania vnútorného trhu.

Návrh vychádza z existujúcich a budúcich právnych rámcov EÚ vrátane nariadenia (EÚ) 2016/679 a aktu o digitálnych službách a je proporcionálny a potrebný na dosiahnutie jeho cieľov. Plánované opatrenia sú potrebné na riešenie roztrieštenosti príslušného regulačného rámca.

Proporcionalita povinností týkajúcich sa transparentnosti bola starostlivo zvážená a zohľadňuje sa napríklad v zavedení asymetrických povinností pre rôzne typy poskytovateľov služieb politickej reklamy. Iné možnosti, ako napríklad zákaz poskytovania cezhraničných služieb politickej reklamy alebo zákaz cielenia na účely politickej reklamy vo všetkých situáciách, boli zamietnuté, pretože sa javili ako neproporcionálne na dosiahnutie cieľov sledovaných týmto nariadením.

V návrhu sa pre všetkých poskytovateľov služieb politickej reklamy podieľajúcich sa na príprave, umiestňovaní, propagácii, uverejňovaní a šírení politickej reklamy stanovujú obmedzené povinnosti týkajúce sa transparentnosti vrátane vedenia záznamov o ich zapojení v rámci konkrétneho politického reklamného oznámenia. Vydavatelia reklamy, ktorí sú v priamom kontakte s občanmi, musia zase dodržiavať osobitné povinnosti týkajúce sa transparentnosti vrátane prípravy a uverejnenia oznámenia o transparentnosti ku každému uverejnenému reklamnému oznámeniu. MSP sú od pravidelného podávania správ o politickej reklame oslobodené a na účely komunikácie s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi môžu ako kontaktné miesto vymenovať externú osobu. Komisia má v úmysle napomôcť úsiliu o dodržiavanie predpisov vyplývajúcemu z tohto nariadenia podporovaním odbornej prípravy, zvyšovaním informovanosti a ďalšími opatreniami.

Náklady, ktoré vzniknú prevádzkovateľom, sú proporcionálne dosiahnutým cieľom, hospodárskym prínosom a zlepšeniu reputácie, ktoré môžu prevádzkovatelia od tohto návrhu očakávať. Odstránením prekážok vyplývajúcich z právnej neistoty a roztrieštenosti sa podporí rozvoj európskeho sektora služieb politickej reklamy založených na prísnych normách transparentnosti a umožní sa rozširovanie existujúcich vnútroštátnych podnikov.

Obmedzenia vzťahujúce sa na cielenie politickej reklamy sú proporcionálne, pretože ich rozsah je prísne obmedzený na konkrétne činnosti cielenia v politickom kontexte, ktoré boli identifikované ako činnosti predstavujúce významné riziko pre základné práva fyzických osôb.

- **Výber nástroja**

V článkoch 114 a 16 ZFEÚ sa zákonodarcovi udeľuje právomoc prijímať nariadenia a smernice.

Za najvhodnejší právny nástroj na vymedzenie rámca pre transparentnosť politickej reklamy v Únii sa považuje nariadenie. Výber nariadenia ako právneho nástroja je odôvodnený potrebou jednotného uplatňovania nových pravidiel ako vymedzenie politickej reklamy a povinnosti týkajúce sa transparentnosti, ktoré musia poskytovatelia služieb politickej reklamy plniť pri príprave alebo šírení politických reklamných oznámení.

Priama uplatniteľnosť nariadenia v súlade s článkom 288 ZFEÚ zníži rozdrobenosť právneho rámca a poskytne väčšiu právnu istotu zavedením prísnych noriem transparentnosti vzťahujúcich sa na politickú reklamu, vďaka čomu príslušní poskytovatelia služieb získajú právnu istotu a zamedzí sa odlišnostiam, ktoré bránia voľnému poskytovaniu príslušných služieb v rámci vnútorného trhu.

Ustanovenia navrhovaného nariadenia však nezasahujú do vnútroštátnych právomocí v oblasti organizácie volebného procesu a danému sektoru ponechávajú priestor na stanovenie noriem s cieľom umožniť účinné uverejňovanie a poskytovanie informácií v zmysle nariadenia, zefektívniť dodržiavanie predpisov a podporiť inovácie.

Pokiaľ ide o vymedzenie konkrétnych techník cielenia, použitie formy nariadenia je v súlade s nariadením (EÚ) 2016/679, ktoré je samo osebe nariadením.

3. VÝSLEDKY HODNOTENÍ *EX POST*, KONZULTÁCIÍ SO ZAINTERESOVANÝMI STRANAMI A POSÚDENÍ VPLYVU

- **Konzultácie so zainteresovanými stranami**

Tento návrh je výsledkom rozsiahlej konzultácie so zainteresovanými stranami, pri ktorej Komisia uplatnila všeobecné zásady a minimálne normy pre konzultácie so zainteresovanými stranami.

Informácie na vypracovanie vymedzenia problému a možností politiky boli získané prostredníctvom konzultácie venovanej úvodnému posúdeniu vplyvu, ktorá bola zverejnená 26. januára 2021. V období od 22. januára do 2. apríla 2021 sa uskutočnila otvorená verejná konzultácia. Otvorená verejná konzultácia bola propagovaná na webovom sídle Komisie, ako aj prostredníctvom osobitných sietí.

Komisia zorganizovala stretnutia s kľúčovými zainteresovanými stranami s cieľom zhromaždiť ďalšie dôkazy a údaje o konkrétnych problémoch, ktorými sa iniciatíva zaoberá, ako aj o politickom prístupe a jeho vplyve. Uskutočnila aj cielené dvojstranné konzultácie a analyzovala početné stanoviská a analytické dokumenty prijaté najmä v súvislosti s prípravou iniciatívy. Vypracovanie posúdenia vplyvu, z ktorého iniciatíva vychádza, bolo podporené externou štúdiou. Dodávateľ uskutočnil rad individuálnych konzultácií s kľúčovými zainteresovanými stranami.

Celkovo sa zainteresované strany zhodujú v tom, že je potrebné konať na úrovni Únie. Veľká väčšina zainteresovaných strán súhlasí s tým, že existujú legislatívne medzery alebo že sú potrebné nové právne predpisy. Obmedzená časť vyslovila obavy a mienku, že volebné záležitosti sú vnútroštátnou výsadou.

Z otvorenej verejnej konzultácie vyplýva, že väčšina **občanov** sa domnieva, že vydavatelia politickej reklamy by mali uchovávať určité základné informácie poskytnuté osobami, ktoré takéto reklamné oznámenia umiestňujú.

Poskytovatelia služieb politickej reklamy požadujú najmä spoločnú definíciu na úrovni EÚ, aby dokázali určiť, ktoré reklamné oznámenie je politickým reklamným oznámením,

a uplatňovanie spoločného prístupu s cieľom stanoviť proporcionálne požiadavky na označovanie sponzorovaného politického reklamného oznámenia, a to aj pokiaľ ide o totožnosť jeho zadávateľa. Poskytovatelia poukázali na neistotu a náklady súvisiace s identifikáciou a dodržiavaním príslušných povinností týkajúcich sa transparentnosti pri poskytovaní služieb politickej reklamy v cezhraničnom rozsahu alebo vo viacerých členských štátoch.

Organizácie občianskej spoločnosti vyjadrili podporu najmä vysokej transparentnosti v súvislosti s politickou reklamou vrátane toho, ktoré reklamné oznámenia sa zobrazujú komu, prečo a kto za ne zaplatil. Podľa ich názoru mierne opatrenia nie sú z tohto hľadiska dostatočné. Žiadali tiež, aby sa otázka cielenia riešila nad rámec transparentnosti.

Členské štáty iniciatívu uvítali a súhlasili s potrebou regulácie politickej reklamy na úrovni EÚ. Členské štáty takisto podporili opatrenia, ktorými sa zlepší prístup výskumných pracovníkov k väčšiemu množstvu informácií o politickej reklame. Členské štáty zdôraznili existenciu medzier v oblasti regulácie a presadzovania pri cezhraničnom poskytovaní služieb politickej reklamy.

Európske politické strany poukázali na to, že opatrenia týkajúce sa označovania, ktoré občanom pomôžu zistiť, kedy sú vystavení politickému reklamnému oznámeniu, prispejú k posilneniu európskej demokracie. Vyjadrili osobitné znepokojenie nad tým, ako politika niektorých veľmi veľkých platforiem v online priestore počas predchádzajúcich volieb do Európskeho parlamentu negatívne ovplyvnila ich činnosti na úrovni EÚ/cezhraničnej úrovni.

- **Získavanie a využívanie odborných znalostí**

Komisia vychádzala pri príprave tohto návrhu zo širokej škály odborných znalostí.

Významným príspevkom k tomuto procesu bola práca vykonaná v tejto oblasti v Rade (vrátane príslušných pracovných skupín) a v Európskom parlamente (vrátane práce Výboru pre ústavné veci, Výboru pre právne veci, Výboru pre občianske slobody, spravodlivosť a vnútorné veci, Výboru pre vnútorný trh a ochranu spotrebiteľa a Osobitného výboru pre zahraničné zasahovanie).

Popri opísanej otvorenej verejnej konzultácii sa Komisia zapojila do viacerých stretnutí zainteresovaných strán, ktorým kládla otázky prispôsobené pre každú kategóriu.

Komisia 18. marca 2021 rokovala o iniciatíve s expertmi z členských štátov na osobitnom zasadnutí v rámci systému na rýchlu výmenu informácií. Boli prítomní zástupcovia členských štátov a skupiny európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby. Konzultácie s expertmi z členských štátov sa uskutočnili aj 25. marca 2021 v rámci Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb. Informácie sa získali aj z príspevkov členských štátov na predchádzajúcich zasadnutiach tejto siete od roku 2019 vrátane prípravy rozsiahleho mapovania príslušných vnútroštátnych právnych predpisov a postupov.

Napokon sa zohľadnila štúdia uskutočnená na podporu posúdenia vplyvu, ktorá zahŕňa prehľad literatúry poukazujúci na rastúci konsenzus akademickej obce o potrebe osobitnej transparentnosti politickej reklamy a kontroly používania osobných údajov v súvislosti s politickou reklamou (najmä v online priestore).

V usmerneniach medzinárodných normalizačných orgánov, ako je Rada Európy, sa takisto volá po osobitnej transparentnosti politickej reklamy, najmä v súvislosti s jej zadávateľmi a financovaním a v prípade online reklamy s mechanizmami jej zobrazovania (napr. algoritmy, údaje).

- **Posúdenie vplyvu**

V súlade so svojou politikou „lepšej právnej regulácie“ Komisia vykonala posúdenie vplyvu tohto návrhu, ktoré preskúmal výbor Komisie pre kontrolu regulácie. Dňa 29. septembra 2021 sa uskutočnilo stretnutie s výborom pre kontrolu regulácie, ktorý následne vydal kladné stanovisko s výhradami. Posúdenie vplyvu sa ďalej zrevidovalo s cieľom zohľadniť výhrady výboru pre kontrolu regulácie.

Komisia preskúmala rôzne možnosti politiky na dosiahnutie všeobecného cieľa návrhu, ktorým je zabezpečiť riadne fungovanie jednotného trhu stanovením pravidiel vysokej úrovne transparentnosti politickej reklamy a súvisiacich služieb a pravidiel používania cielenia v kontexte šírenia politickej reklamy.

Posudzovali sa dve možnosti politiky rôzneho stupňa regulačných zásahov:

- možnosť 1: obmedzené opatrenia na podporu transparentnosti a riešenie problémov s cielením,
- možnosť 2: opatrenia na harmonizáciu transparentnosti a riešenie problémov s cielením. Táto možnosť zahŕňala dve čiastkové možnosti týkajúce sa cielenia.

Podľa zavedenej metodiky Komisie sa každá možnosť politiky hodnotila z hľadiska hospodárskeho vplyvu, vplyvu na základné práva a spoločenského vplyvu. Uprednostňovanou možnosťou bola možnosť 2 a čiastková možnosť 2 týkajúce sa používania cielenia, keďže najlepšie spĺňajú všeobecné ciele zásahu a vytvoril by sa nimi koherentný a proporcionálny rámec pre politickú reklamu v EÚ.

Objasnením a harmonizáciou pravidiel uchovávania a poskytovania informácií v politickej reklame na účely dohľadu a zodpovednosti by sa odstránil kľúčový faktor vzniku nákladov na dodržiavanie predpisov pri poskytovaní služieb vo viacerých členských štátoch a v cezhraničnom rozsahu. Okrem toho by sa tým zvýšila právna predvídateľnosť pre sprostredkovateľské služby pôsobiace vo viacerých členských štátoch, čo by prispelo k dobrému fungovaniu vnútorného trhu. Dosiahli by sa tak aj lepšie výsledky regulačného úsilia a odstránili by sa dôvody segmentovať trh na jednotlivé vnútroštátne trhy, čím by sa zvýšili možnosti rozvoja cezhraničných služieb. Znížilo by sa zvýhodnenie, ktoré poskytuje regulačná rozdrobenosť poskytovateľom služieb politickej reklamy v prípade online reklamy v porovnaní s reklamou v médiách pôsobiacich mimo online priestoru. Vplyv na MSP je obmedzený zavedením prispôsobenej povinnosti pravidelného podávania správ o politickej reklame a povolením možnosti, aby na účely komunikácie s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi vymenovali ako kontaktné miesto externú osobu.

Opatreniami zameranými na cielenie by sa riešili problematické techniky cielenia, a zároveň by sa zabezpečilo ich používanie spôsobom, ktorý stimuluje osvedčené postupy.

V čiastkovej možnosti 2 sa uvažovalo o podmienečnom zákaze cielenia, ale vychádzalo sa z predpokladu, že tieto čiastkové možnosti by sa mohli kombinovať. Nepodmienený zákaz cielenia na základe osobitných kategórií osobných údajov sa považuje za účinnejší, a preto je zahrnutý do tohto návrhu. V otázke zákazu cielenia na základe osobitných kategórií osobných údajov sa vychádza aj z podpory zainteresovaných strán, s ktorými sa konzultovalo počas prípravy posúdenia vplyvu.

Prispôsobené obmedzenia by limitovali dostupnosť služieb cielenia v kontexte šírenia politickej reklamy. To by bolo prevážené príležitosťami pre poskytovateľov služieb politickej

reklamy vyplývajúcimi zo zvýšenej dôvery občanov a regulačných orgánov v danú techniku a z väčšej právnej istoty v súvislosti s dodržiavaním predpisov pri jej používaní v politickom kontexte.

Harmonizovanou transparentnosťou a osobitnými obmedzeniami sa zníži rozsah problematických taktík cielenia, napríklad nedôveryhodného zosilňovania vplyvu určitých reklám alebo taktík odhalených v škandále spojenom so spoločnosťou *Cambridge Analytica*. Tieto opatrenia by mali posilniť dôveru v používanie politických reklamných oznámení a všeobecnejšie v politickú diskusiu a integritu volebného procesu. Prispelo by to k vyššej odolnosti volebného systému EÚ voči manipulácii s informáciami a zasahovaniu.

- **Regulačná vhodnosť a zjednodušenie**

Výhodou harmonizácie pravidiel transparentnosti v súvislosti s politickou reklamou je najmä to, že prinesie právnu istotu v celej EÚ, odstráni rastúce náklady na dodržiavanie predpisov pri cezhraničnom poskytovaní služby a zníži riziko nedodržiavania predpisov. Očakáva sa, že všetci poskytovatelia služieb politickej reklamy dosiahnu pri poskytovaní služieb prostredníctvom spoločného rámca politickej reklamy nákladovú efektívnosť.

MSP by z navrhovaných opatrení ťažili tým, že bude pre ne ľahšie ponúkať svoje služby na vnútornom trhu. Návrh obsahuje osobitné výnimky pre MSP s cieľom znížiť ich náklady na dodržiavanie predpisov.

Návrh zahŕňa spoločný súbor pravidiel, v rámci ktorých sa nebude rozlišovať medzi online a offline prostredím a ktorými sa budú riešiť otázky vyplývajúce zo súčasnej situácie poznačenej skutočnosťou, že existujúce pravidlá sú prispôsobené činnostiam prebiehajúcim offline, v dôsledku čoho vznikajú nedostatky a medzery. Nariadením sa zabezpečí, aby sa požiadavky na zaistenie vysokej transparentnosti vzťahovali rovnakým spôsobom na prostriedky šírenia politických postojov v online aj offline prostredí.

- **Základné práva**

Všetky opatrenia plánované v tomto návrhu majú priaznivý vplyv na základné práva a neočakáva sa, že budú mať na základné práva významný nepriaznivý vplyv.

Základné slobody a základné práva možno obmedziť len vtedy, ak je to odôvodnené sledovaním legitímneho verejného záujmu, a len pod podmienkou, že dané obmedzenie je proporcionálne sledovanému cieľu. Záruka transparentnosti, spravodlivosti a rovnakých príležitostí vo volebnom procese a základné právo byť informovaný objektívnym, transparentným a pluralitným spôsobom predstavujú závažný dôvod týkajúci sa verejného záujmu.

Týmto návrhom sa zavádzajú ohraničené obmedzenia slobody prejavu a práva na informácie (článok 11 Charty základných práv Európskej únie), práva na súkromný život (článok 7) a práva na ochranu osobných údajov (článok 8). Uvedené obmedzenia sú proporcionálne a obmedzené na nevyhnutné minimum.

Pokiaľ ide o slobodu prejavu, rozhodnutie týkajúce sa uverejnenia a šírenia politických reklamných oznámení ako takých a ich obsahu je naďalej regulované na základe príslušných vnútroštátnych právnych predpisov a právnych predpisov EÚ. S výnimkou požiadaviek na transparentnosť sa iniciatívou nezasahuje do vecného obsahu politických posolstiev. Hoci obmedzenie techník cielenia by mohlo mať vplyv na slobodu prejavu, tento vplyv by bol proporcionálny, ak by bol obmedzený jeho rozsah a ak by bol vyvážený priaznivým vplyvom

na iné základné práva, napríklad aj pokiaľ ide o zníženie možnosti manipulácie demokratickej diskusie a o právo byť informovaný objektívnym, transparentným a pluralitným spôsobom. Zvýšená transparentnosť, podmienky a obmedzenia cielenia by mali byť prínosom pre právo na ochranu údajov a na súkromie osôb, na ktoré sa takáto reklama zameriava. Opatrenia, na základe ktorých by sa fyzická osoba identifikovala ako zadávateľ politického reklamného oznámenia a na základe ktorých by sa identifikovala suma vynaložená na reklamu a hodnota iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za reklamu, majú vplyv na ochranu osobných údajov a musia byť proporcionálne sledovanému cieľu politiky: zabezpečiť, aby fyzické osoby zapájajúce sa do politickej diskusie využívali politickú reklamu transparentným spôsobom. Vplyv na tieto práva je odôvodnený celkovým priaznivým vplyvom na demokraciu a volebné práva.

Pokiaľ ide o opatrenia zahrnuté v tejto iniciatíve, v rámci ktorých sa od veľmi veľkých online platforiem vyžaduje, aby uľahčili prístup zainteresovaných subjektov k údajom, v takýchto opatreniach by sa nestanovovali žiadne výnimky z *acquis* EÚ v oblasti ochrany údajov. Zainteresovaným stranám by sa mali sprístupniť len relevantné údaje, a to aj na účely výskumu praktík, ktoré majú vplyv na demokratickú diskusiu a voľby alebo referendá.

Táto iniciatíva podporí výkon volebných práv, ako aj slobodné a spravodlivé voľby a spravodlivú demokratickú diskusiu uľahčením transparentnej cezhraničnej politickej reklamy, čím sa zaručí vysoká úroveň ochrany práv vrátane ochrany osobných údajov a občanom sa zaistí možnosť prijímať informované politické rozhodnutia bez manipulácie alebo nátlaku. Obmedzenia vzťahujúce sa na praktiky cielenia sú okrem toho v súlade s volebnými právami chránenými medzinárodnými normami a majú na ne priaznivý vplyv.

Týmto návrhom sa napokon podporia aj poskytovatelia služieb politickej reklamy pri uplatňovaní ich slobody podnikania podľa článku 16 charty.

4. VPLYV NA ROZPOČET

V prípade tejto iniciatívy sa neočakáva žiadny vplyv na rozpočet.

5. ĎALŠIE PRVKY

- **Plány vykonávania, spôsob monitorovania, hodnotenia a podávania správ**

Komisia posúdi vykonávanie iniciatívy po každých voľbách do Európskeho parlamentu na základe zberu konkrétnych údajov, ktorý vykoná špecializovaný dodávateľ. Do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu by Komisia mala uverejniť správu, v ktorej zhodnotí vykonávanie tohto nariadenia vrátane aspektov, ktoré presahujú rámec volieb do Európskeho parlamentu.

- **Podrobné vysvetlenie konkrétnych ustanovení návrhu (kontrolné krížové odkazy)**

V kapitole I sa stanovujú všeobecné ustanovenia vrátane predmetu úpravy a rozsahu pôsobnosti (článok 1), vymedzenie kľúčových pojmov používaných v nariadení (článok 2) a úroveň harmonizácie predmetných opatrení (článok 3).

Kapitola II obsahuje ustanovenia o povinnostiach transparentnosti vzťahujúcich sa na platenú politickú reklamu. Stanovujú sa v nej opatrenia uplatniteľné na všetkých poskytovateľov služieb politickej reklamy zapojených do prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania alebo šírenia politickej reklamy. Obsahuje predovšetkým ustanovenia o transparentnosti

politickej reklamy (článok 4), povinnosti identifikovať politické reklamné oznámenia (článok 5) a povinnosti uchovávať záznamy a zasielať informácie vydavateľom reklamy (článok 6).

Okrem toho sa v tejto kapitole stanovujú aj povinnosti uplatniteľné len na vydavateľov reklamy, ktorými sa dopĺňajú povinnosti uvedené v článkoch 4, 5 a 6. Vydavatelia reklamy v každom reklamnom oznámení uvedú jasné vyhlásenie o tom, že má politickú povahu, pričom uvedú meno zadávateľa a sprístupnia informácie umožňujúce pochopiť širší kontext politického reklamného oznámenia a jeho ciele (článok 7). Vydavatelia reklamy každoročne uverejnia informácie o sumách alebo hodnote iných výhod, ktoré získali čiastočne alebo úplne výmenou za služby, ktoré poskytli v súvislosti s politickými reklamnými oznámeniami (článok 8). Zavedú ľahko použiteľné mechanizmy, pomocou ktorých ich občania budú môcť upozorniť na reklamné oznámenia, ktoré nie sú v súlade s povinnosťami stanovenými v tomto nariadení (článok 9).

Poskytovatelia služieb politickej reklamy zasielajú relevantné informácie príslušným orgánom (článok 10) a iným zainteresovaným subjektom (článok 11).

V kapitole III sa upravuje používanie techník cielenia alebo zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov na účely politickej reklamy. Ak ide o citlivé údaje, uplatňuje sa zákaz doplnený o osobitné výnimky. Okrem toho prevádzkovatelia využívajúci tieto techniky na účely politickej reklamy prijmú a vykonávajú vnútornú politiku, vedú záznamy a poskytujú informácie s cieľom umožniť fyzickým osobám pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitého cielenia, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších analytických techník (článok 12). V článku 12 sa stanovujú ďalšie požiadavky na vydavateľov reklamy. Prevádzkovatelia patriaci do rozsahu pôsobnosti článku 13 prijmú vhodné opatrenia na to, aby mohli zasielať informácie zainteresovaným subjektom (článok 13).

Kapitola IV obsahuje ustanovenia týkajúce sa dohľadu nad týmto nariadením a jeho presadzovania. Poskytovateľom služieb politickej reklamy, ktorí nie sú usadení v Únii, sa v nej ukladá povinnosť vymenovať právneho zástupcu v jednom z členských štátov, v ktorom poskytujú svoje služby (článok 14); stanovuje sa v nej, ktoré orgány sú poverené dohľadom nad konkrétnymi opatreniami zavedenými v tomto nariadení a ich presadzovaním; od členských štátov sa v nej vyžaduje, aby zabezpečili spoluprácu medzi relevantnými príslušnými orgánmi; vyžaduje sa v nej určenie kontaktných miest na účely tohto nariadenia a členské štáty sa v nej poverujú prijatím vhodných opatrení na zaistenie vzájomnej výmeny informácií (článok 15). Členské štáty majú určiť pravidlá týkajúce sa sankcií uplatniteľných v prípade porušenia povinností stanovených v tomto nariadení (článok 16). V tejto kapitole sa ďalej členským štátom ukladá povinnosť zverejňovať dátumy ohraničujúce vnútroštátne obdobia volieb na ľahko prístupnom mieste (článok 17).

Kapitola V obsahuje ďalšie záverečné ustanovenia, napríklad doložku o hodnotení a preskúmaní (článok 18) a ustanovenie o možnosti prijímať delegované akty (článok 19). Na záver sa v poslednom ustanovení tejto kapitoly spresňuje nadobudnutie účinnosti a dátum začatia uplatňovania nariadenia (článok 20).

2021/0381 (COD)

Návrh

NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY

o transparentnosti a cielení politickej reklamy

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

so zreteľom na Zmluvu o fungovaní Európskej únie, a najmä na jej články 16 a 114,

so zreteľom na návrh Európskej komisie,

po postúpení návrhu legislatívneho aktu národným parlamentom,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru[9],

so zreteľom na stanovisko Výboru regiónov[10],

konajúc v súlade s riadnym legislatívnym postupom,

keďže:

(1) Ponuka politickej reklamy a dopyt po nej rastú a v čoraz väčšej miere majú cezhraničný charakter. S touto činnosťou sa spája široké a stále sa rozširujúce spektrum rozličných služieb ponúkaných napríklad politickými konzultačnými spoločnosťami, reklamnými agentúrami, reklamnými technologickými platformami, firmami pôsobiacimi v oblasti vzťahov s verejnosťou, influencermi a rôznymi poskytovateľmi analýz údajov a sprostredkovateľských služieb. Politická reklama môže mať mnoho podôb, ako je napríklad platený obsah, sponzorované výsledky vyhľadávania, platené cielené posolstvá, propagácia v rámci určovania poradia, propagácia niečoho alebo niekoho integrovaná do obsahu, napr. pri umiestňovaní produktov, pôsobenie influencerov a ďalšie spôsoby propagácie. Súvisiace činnosti môžu zahŕňať napríklad šírenie politickej reklamy na žiadosť zadávateľa alebo zverejnenie obsahu za odplatu.

(2) Politická reklama sa môže šíriť alebo uverejňovať rôznymi prostriedkami a médiami aj cezhranične. Môže sa šíriť alebo uverejňovať prostredníctvom tradičných offline médií, ako sú noviny, televízia a rozhlas, a v čoraz väčšej miere aj prostredníctvom online platforiem, webových sídel, mobilných aplikácií, počítačových hier a iných digitálnych rozhraní. V prípade týchto digitálnych rozhraní je nielen obzvlášť jednoduché ponúkať dané služby cezhranične, ale vznikajú v tejto súvislosti aj nové a zložité výzvy v oblasti regulácie a presadzovania. Využívanie online politickej reklamy sa výrazne zintenzívňuje, pričom určité lineárne offline formy politickej reklamy, ako napríklad rozhlas a televízia, sa ponúkajú aj online ako služby na požiadanie. Politické reklamné kampane sa zvyčajne organizujú tak, aby sa využil celý rad médií a foriem.

---

9 Ú. v. EÚ C , , s. .

10 Ú. v. EÚ C , , s. .

(3) Keďže reklama vrátanej tej politickej sa zvyčajne poskytuje za odplatu, predstavuje službu podľa článku 57 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „ZFEÚ“). Vo vyhlásení č. 22 týkajúcom sa osôb so zdravotným postihnutím a pripojenom k Amsterdamskej zmluve sa konferencia zástupcov vlád členských štátov dohodla na tom, že inštitúcie Únie majú pri vypracovávaní opatrení podľa článku 114 ZFEÚ zohľadňovať potreby osôb so zdravotným postihnutím.

(4) Potreba zabezpečiť transparentnosť je legitímnym verejným cieľom v súlade s hodnotami, ktoré zdieľa EÚ a jej členské podľa článku 2 Zmluvy o Európskej únii (ďalej len „ZEÚ“). Pre občanov nie je vždy jednoduché rozpoznať politické reklamné oznámenia a informovaným spôsobom uplatňovať svoje demokratické práva. Vysoká úroveň transparentnosti je potrebná okrem iného na podporu otvorenej a spravodlivej politickej diskusie a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend, ako aj na boj proti dezinformáciám a nezákonnému zasahovaniu, a to aj zo zahraničia. Politická reklama môže byť nositeľom dezinformácií, najmä ak sa pri reklame neuvádza, že má politickú povahu a keď je cielená. Transparentnosť politickej reklamy prispieva k tomu, aby voliči v situácii, keď sa im predkladá politické reklamné oznámenie, mohli lepšie porozumieť tomu, v koho mene sa dané reklamné oznámenie realizuje a akým spôsobom ho poskytovateľ reklamných služieb na nich zacieľuje, aby tak voliči dokázali lepšie prijímať informované rozhodnutia.

(5) V kontexte politickej reklamy sa často používajú techniky cielenia. Techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu by sa mali chápať ako techniky, ktoré slúžia buď na to, aby sa pomocou prispôsobeného politického reklamného oznámenia oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb, alebo na to, aby sa zvýšil obeh, dosah či viditeľnosť politického reklamného oznámenia. Vzhľadom na to, akým silným nástrojom je cielenie vrátanie mikrocielenia a iných pokročilých techník a aký v súvislosti s nimi existuje potenciál na zneužitie osobných údajov, môžu takéto techniky predstavovať mimoriadnu hrozbu pre legitímne verejné záujmy, ako je spravodlivosť, rovnaké príležitosti a transparentnosť vo volebnom procese a základné právo byť informovaný objektívnym, transparentným a pluralitným spôsobom.

(6) V súčasnosti má regulácia politickej reklamy v členských štátoch rôznorodé podoby a v mnohých prípadoch sa zameriava skôr na tradičné formy médií. Existujú osobitné obmedzenia, ktoré sa týkajú aj cezhraničného poskytovania služieb politickej reklamy. V niektorých členských štátoch majú poskytovatelia služieb EÚ usadení v iných členských štátoch zákaz poskytovať počas období volieb služby politickej povahy alebo na politické účely. V niektorých členských štátoch zároveň pravdepodobne existujú medzery a nedostatky vo vnútroštátnych právnych predpisoch, v dôsledku čoho sa politická reklama niekedy šíri bez ohľadu na príslušné vnútroštátne pravidlá, a to ohrozuje cieľ regulovať transparentnosť politickej reklamy.

(7) Niektoré členské štáty v záujme zaistenia väčšej transparentnosti politickej reklamy, ako aj so zámerom reagovať na obavy občanov už preskúmali alebo zvažujú dodatočné opatrenia na riešenie transparentnosti politickej reklamy a na podporu spravodlivej politickej diskusie a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend. O týchto vnútroštátnych opatreniach sa uvažuje najmä v súvislosti s reklamou uverejňovanou a šírenou online a môžu sa nimi zaviesť ďalšie zákazy. Ide o rôznorodé spektrum krokov od miernych až po záväzné opatrenia zahŕňajúce rôzne prvky transparentnosti.

(8) Táto situácia vedie k roztrieštenosti vnútorného trhu, znižuje právnu istotu poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktorí pripravujú, umiestňujú, uverejňujú

alebo šíria politické reklamné oznámenia, vytvára prekážky voľnému pohybu súvisiacich služieb, narúša hospodársku súťaž na vnútornom trhu, a to aj medzi poskytovateľmi offline a online služieb, a príslušní poskytovatelia služieb musia v jej dôsledku vynakladať komplexné úsilie na dodržiavanie predpisov a znášať dodatočné náklady.

(9) Je pravdepodobné, že tieto okolnosti odrádzajú poskytovateľov služieb politickej reklamy od poskytovania svojich služieb politickej reklamy v cezhraničnom meradle. Platí to najmä pre mikropodniky a MSP, ktoré často nemajú zdroje na absorbovanie alebo prenesenie vysokých nákladov na dodržiavanie predpisov spojených s prípravou, umiestňovaním, uverejňovaním alebo šírením politickej reklamy vo viac ako jednom členskom štáte. Obmedzuje to dostupnosť služieb a má to nepriaznivý vplyv na možnosť poskytovateľov služieb inovovať a ponúkať v rámci vnútorného trhu kampane pokrývajúce viacero druhov médií a viacero krajín.

(10) Pri poskytovaní služieb politickej reklamy by sa preto mala zabezpečiť konzistentná a vysoká úroveň transparentnosti politickej reklamy v celej Únii, pričom by sa malo predchádzať vzniku rozdielov, ktoré bránia voľnému obehu súvisiacich služieb v rámci vnútorného trhu, stanovením jednotných povinností týkajúcich sa transparentnosti pre poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktoré zaručia jednotnú ochranu práv osôb a dohľad na celom vnútornom trhu na základe článku 114 ZFEÚ.

(11) Členské štáty by vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch nemali ponechať v platnosti ani zaviesť ustanovenia, ktoré sa odchyľujú od ustanovení tohto nariadenia, najmä prísnejšie alebo menej prísne ustanovenia, ktoré zabezpečujú odlišnú úroveň transparentnosti v politickej reklame. Úplná harmonizácia požiadaviek na transparentnosť spojených s politickou reklamou zvyšuje právnu istotu a znižuje roztrieštenosť povinností, ktoré sa na poskytovateľov služieb kladú v súvislosti s politickou reklamou.

(12) Úplnou harmonizáciou požiadaviek na transparentnosť by nemala byť dotknutá sloboda poskytovateľov služieb politickej reklamy uvádzať na dobrovoľnom základe ďalšie informácie o politickej reklame ako súčasť slobody prejavu chránenej podľa článku 11 Charty základných práv.

(13) Týmto nariadením by nemal byť ovplyvnený vecný obsah politickej reklamy ani pravidlá upravujúce zobrazovanie politickej reklamy vrátane dodržiavania moratórií pred voľbami alebo referendami.

(14) V nariadení by sa mala stanoviť harmonizovaná požiadavka na transparentnosť uplatniteľná na hospodárske subjekty poskytujúce politickú reklamu a súvisiace služby (t. j. činnosti, ktoré sa bežne poskytujú za odplatu); tieto služby pozostávajú najmä z prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a zo šírenia politickej reklamy. Pravidlá stanovené v tomto nariadení, ktoré zabezpečujú vysokú úroveň transparentnosti služieb politickej reklamy, sú založené na článku 114 ZFEÚ. Toto nariadenie by sa malo zaoberať aj používaním techník cielenia a zosilňovania vplyvu v kontexte uverejňovania, šírenia alebo propagácie politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov. Pravidlá obsiahnuté v tomto nariadení, ktorými sa rieši používanie cielenia a zosilňovania vplyvu, sú založené na článku 16 ZFEÚ. Koncept politickej reklamy určenej fyzickým osobám v niektorom členskom štáte by mal zahŕňať politickú reklamu, ktorá je v plnom rozsahu pripravovaná, umiestňovaná alebo uverejňovaná poskytovateľmi služieb usadenými mimo Únie, ale je šírená medzi fyzickými osobami v Únii. S cieľom určiť, či je politické reklamné oznámenie určené fyzickým osobám v niektorom členskom štáte, by sa mali zohľadniť faktory, ktoré ho

s daným členským štátom spájajú, vrátane jazyka, kontextu, cieľa reklamného oznámenia a prostriedkov jeho šírenia.

(15) Na úrovni Únie neexistuje žiadne vymedzenie politickej reklamy alebo politického reklamného oznámenia. Na stanovenie rozsahu uplatňovania harmonizovaných povinností týkajúcich sa transparentnosti a pravidiel cielenia a zosilňovania vplyvu je potrebné spoločné vymedzenie týchto pojmov. Toto vymedzenie by sa malo vzťahovať na mnohoraké podoby, ktoré politická reklama môže mať, a na všetky prostriedky a spôsoby jej uverejňovania alebo šírenia v rámci Únie bez ohľadu na to, či sa zdroj nachádza v Únii alebo v tretej krajine.

(16) Vymedzenie pojmu politická reklama by malo zahŕňať reklamu uverejňovanú alebo šírenú priamo alebo nepriamo politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v jeho mene. Keďže reklamné oznámenia politického aktéra, pre politického aktéra alebo v jeho mene nemožno oddeliť od činnosti danej osoby ako politického aktéra, možno predpokladať, že majú potenciál ovplyvniť politickú diskusiu, pokiaľ nejde o posolstvá čisto súkromnej alebo čisto obchodnej povahy.

(17) Uverejnenie alebo šírenie posolstva inými aktérmi, ktoré môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správanie pri hlasovaní, by sa tiež malo považovať za politickú reklamu. S cieľom určiť, či uverejnenie alebo šírenie posolstva môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správanie pri hlasovaní, by sa mali zohľadniť všetky relevantné faktory, ako je obsah posolstva, jazyk použitý na odovzdanie daného posolstva, kontext, v ktorom sa posolstvo prenáša, cieľ posolstva a prostriedky, ktorými sa posolstvo uverejňuje alebo šíri. Posolstvá venované prípadným spoločenským alebo kontroverzným otázkam môžu ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správanie pri hlasovaní.

(18) Praktické informácie z oficiálnych zdrojov týkajúce sa organizácie a modalít účasti na voľbách alebo referendách by nemali predstavovať politickú reklamu.

(19) Toto nariadenie by sa nemalo vzťahovať na politické názory vyjadrené v programoch audiovizuálneho lineárneho vysielania alebo uverejnené v tlačených médiách bez priamej platby alebo rovnocennej odplaty.

(20) Na účely tohto nariadenia by sa voľby mali chápať ako voľby do Európskeho parlamentu, ako aj všetky voľby alebo referendá organizované na vnútroštátnej, regionálnej a miestnej úrovni v členských štátoch a voľby na vedúce pozície v rámci politických strán. Tento pojem by nemal zahŕňať iné formy volieb, ako sú súkromne organizované hlasovania.

(21) Je potrebné vymedziť pojem politické reklamné oznámenie ako prípad politickej reklamy. Súčasťou reklamy sú prostriedky, ktorými sa dané reklamné oznámenie sprostredkúva, čo zahŕňa tlač, vysielacie médiá alebo služby online platforiem.

(22) Politickí aktéri v zmysle tohto nariadenia by sa mali vymedzovať s odkazom na pojmy vymedzené v práve Únie, ako aj vo vnútroštátnych právnych predpisoch v súlade s medzinárodnými právnymi nástrojmi, ako sú nástroje Rady Európy. Pojem politické strany by mal zahŕňať ich pridružené a dcérske subjekty, ktoré sú zriadené s právnou subjektivitou alebo bez nej s cieľom podporovať danú politickú stranu alebo plniť jej ciele, napríklad prostredníctvom činností zameraných na konkrétnu skupinu voličov alebo na konkrétny volebný účel.

(23) Pojem politickí aktéri by mal zahŕňať aj nevolených zástupcov, volených zástupcov, kandidátov a členov vlády na európskej, vnútroštátnej, regionálnej alebo miestnej úrovni. Do vymedzenia tohto pojmu by mali byť zahrnuté aj iné politické organizácie.

(24) Pojem politická reklamná kampaň by sa mal vzťahovať na prípravu, uverejňovanie a šírenie radu prepojených reklamných oznámení v zmysle zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva a financovania. Mal by zahŕňať prípravu, umiestňovanie, propagáciu, uverejňovanie a šírenie reklamného oznámenia alebo verzií reklamného oznámenia v rôznych médiách a v rôznom čase v rámci toho istého volebného cyklu.

(25) Vymedzením pojmu politická reklama by nemali byť dotknuté vnútroštátne vymedzenia pojmu politická strana, politické ciele ani obdobia kampane na vnútroštátnej úrovni.

(26) S cieľom pokryť širokú škálu príslušných poskytovateľov služieb spojených so službami politickej reklamy by sa malo určiť, že poskytovateľmi služieb politickej reklamy sa myslia poskytovatelia zapojení do prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a šírenia politickej reklamy.

(27) Pojem služby politickej reklamy by nemal zahŕňať posolstvá, ktoré sprostredkúvajú fyzické osoby výlučne v rámci svojej osobnej spôsobilosti. Fyzické osoby by sa nemali považovať za osoby konajúce v rámci svojej osobnej spôsobilosti, ak uverejňujú posolstvá, za ktorých šírenie alebo uverejňovanie platí iná osoba.

(28) Keď je reklamné oznámenie identifikované ako spojené s politickou reklamou, mali by o tom byť jednoznačne informovaní ostatní poskytovatelia služieb zapojení do príslušných služieb politickej reklamy. Okrem toho, keď sa reklamné oznámenie identifikuje ako politické, jeho ďalšie šírenie by malo naďalej spĺňať požiadavky na transparentnosť. Keď sa napríklad sponzorovaný obsah šíri organicky, daná reklama by sa mala naďalej označovať ako politická reklama.

(29) Pravidlá transparentnosti stanovené v tomto nariadení by sa mali uplatňovať len na služby politickej reklamy, t. j. na politickú reklamu, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, čo môže zahŕňať vecnú odmenu. Požiadavky na transparentnosť by sa nemali vzťahovať na obsah, ktorý nahrá používateľ online sprostredkovateľskej služby, napríklad používateľ online platformy, a ktorý je šírený touto online sprostredkovateľskou službou, a to bez ohľadu na umiestnenie, uverejnenie alebo šírenie konkrétneho posolstva, pokiaľ používateľ nezískal za dané politické reklamné oznámenie odplatu od tretej strany.

(30) Požiadavky na transparentnosť by sa nemali vzťahovať ani na výmenu informácií prostredníctvom elektronických komunikačných služieb, ako sú služby elektronických správ alebo telefonické hovory, pokiaľ sa na danej výmene informácií nepodieľajú žiadne služby politickej reklamy.

(31) Sloboda prejavu, ako je chránená článkom 11 Charty základných práv, zahŕňa právo fyzickej osoby zastávať politické názory, prijímať a rozširovať politické informácie a šíriť politické myšlienky. Každé obmedzenie musí byť v súlade s článkom 52 Charty základných práv a táto sloboda môže podliehať úpravám a obmedzeniam, ak sú odôvodnené sledovaním legitímneho verejného záujmu a sú v súlade so všeobecnými zásadami práva EÚ, ako je zásada proporcionality a právnej istoty. To je okrem iného prípad, keď sa politické myšlienky komunikujú prostredníctvom poskytovateľov reklamných služieb.

(32) Pokiaľ ide o online sprostredkovateľov, nariadenie (EÚ) 2021/XX [akt o digitálnych službách] sa vzťahuje na politické reklamné oznámenia zverejňované alebo šírené online sprostredkovateľmi prostredníctvom horizontálnych pravidiel platných pre všetky typy reklamy online vrátane komerčných a politických reklamných oznámení. Na základe vymedzenia pojmu politická reklama stanoveného v tomto nariadení je vhodné poskytnúť dodatočné podrobné informácie o požiadavkách na transparentnosť stanovených pre vydavateľov reklamy, ktorí patria do rozsahu pôsobnosti nariadenia (EÚ) 2021/XX [akt o digitálnych službách], najmä pre veľmi veľké platformy. Ide najmä o informácie súvisiace s financovaním politických reklamných oznámení. Požiadavkami tohto nariadenia nie sú dotknuté ustanovenia aktu o digitálnych službách, a to ani pokiaľ ide o povinnosti týkajúce sa posúdenia a zmierňovania rizika v prípade veľkých online platforiem v súvislosti s ich reklamnými systémami.

(33) Príprava, umiestňovanie, propagácia, uverejňovanie a šírenie politickej reklamy môžu zahŕňať zložitý reťazec poskytovateľov služieb. Ide najmä o prípady, keď výber reklamného obsahu, výber kritérií cielenia, poskytovanie údajov použitých na cielenie reklamného oznámenia, poskytovanie techník cielenia, dodávanie reklamného oznámenia a jeho šírenie môžu byť pod kontrolou rôznych poskytovateľov služieb. Automatizované služby môžu napríklad podporovať priraďovanie profilu používateľa rozhrania k poskytovanému reklamnému obsahu pomocou osobných údajov zhromaždených priamo od používateľa služby a z online správania používateľov, ako aj z odvodených údajov.

(34) Vzhľadom na dôležitosť zaručenia najmä účinnosti požiadaviek na transparentnosť vrátane uľahčenia dohľadu nad týmito požiadavkami by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali zabezpečiť, aby sa relevantné informácie, ktoré zbierajú pri poskytovaní svojich služieb, vrátane uvedenia informácie o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, poskytovali vydavateľovi politickej reklamy, ktorý sprístupňuje politické reklamné oznámenie verejnosti. S cieľom podporiť účinnú implementáciu tejto požiadavky a včasné a presné poskytovanie týchto informácií by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali podporiť automatizáciu prenosu informácií medzi poskytovateľmi služieb politickej reklamy.

(35) Ak v dôsledku umelej obchodnej alebo zmluvnej štruktúry vzniká riziko obchádzania účinného uplatňovania povinností týkajúcich sa transparentnosti stanovených v nariadení, tieto povinnosti by sa mali vzťahovať na subjekt alebo subjekty, ktoré v podstate poskytujú reklamnú službu.

(36) Medzi príslušné kroky by mohlo patriť aj poskytnutie účinného mechanizmu, pomocou ktorého budú fyzické osoby môcť označiť reklamné oznámenie za politické, a prijatie účinných opatrení v reakcii na takéto označenia.

(37) Pokiaľ ide o stanovenie osobitných požiadaviek, žiadna z povinností stanovených v tomto nariadení by sa nemala chápať tak, že ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť monitorovania v súvislosti s politickým obsahom šíreným fyzickými alebo právnickými osobami, ani by sa nemala chápať tak, že ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť prijať proaktívne opatrenia v súvislosti s nezákonným obsahom alebo obsahom súvisiacim s nezákonnými činnosťami, ktoré títo poskytovatelia šíria alebo uchovávajú.

(38) Transparentnosť politickej reklamy by mala umožniť občanom pochopiť, že sú vystavení politickému reklamnému oznámeniu. Vydavatelia politickej reklamy by mali v súvislosti s každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie

jasného vyhlásenia o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, a o totožnosti jeho zadávateľa. V prípade potreby môže meno/názov zadávateľa obsahovať politické logo. Vydavatelia politickej reklamy by mali využívať označovanie, ktoré je účinné, pri zohľadnení vývoja v príslušnom vedeckom výskume a najlepších postupov pri zabezpečovaní transparentnosti prostredníctvom označovania reklamy. Takisto by mali v súvislosti s každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie informácií, ktoré umožňujú porozumieť širšiemu kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľom, ktoré môžu byť zahrnuté buď v samotnom reklamnom oznámení, alebo ich môže vydavateľ poskytnúť na svojom webovom sídle prostredníctvom odkazu alebo ekvivalentného jasného a používateľsky ústretového usmernenia uvedeného v reklamnom oznámení.

(39) Tieto informácie by sa mali poskytnúť v oznámení o transparentnosti, ktoré by malo obsahovať aj totožnosť zadávateľa s cieľom podporiť zodpovednosť v politickom procese. Malo by sa jasne uviesť miesto usadenia zadávateľa a informácia, či je zadávateľ fyzická alebo právnická osoba. V oznámení o transparentnosti by sa nemali uvádzať osobné údaje týkajúce sa fyzických osôb zapojených do politickej reklamy, ktoré nesúvisia so zadávateľom alebo iným zapojeným politickým aktérom. Oznámenie o transparentnosti by malo obsahovať aj informácie o období šírenia, akýchkoľvek súvisiacich voľbách, vynaloženej sume a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za konkrétne reklamné oznámenie, ako aj za celú reklamnú kampaň, informácie o zdroji použitých prostriedkov a ďalšie informácie na zabezpečenie spravodlivosti šírenia politického reklamného oznámenia. Informácie o zdroji použitých prostriedkov sa týkajú napríklad ich verejného alebo súkromného pôvodu, skutočnosti, že pochádzajú z Európskej únie alebo oblastí mimo nej. Informácie týkajúce sa súvisiacich volieb alebo referend by mali podľa možnosti zahŕňať odkaz na informácie z oficiálnych zdrojov týkajúce sa organizácie a modalít účasti alebo podpory účasti na týchto voľbách alebo referendách. Oznámenie o transparentnosti by malo ďalej obsahovať informácie o tom, ako označiť politické reklamné oznámenia v súlade s postupom ustanoveným v tomto nariadení. Touto požiadavkou by nemali byť dotknuté ustanovenia o oznamovaní podľa článkov 14, 15 a 19 nariadenia (EÚ) 2021/XXX [akt o digitálnych službách].

(40) Informácie, ktoré sa majú zahrnúť do oznámenia o transparentnosti, by mali byť uvedené v samotnom reklamnom oznámení alebo by sa mali dať jednoducho získať na základe označenia uvedeného v reklamnom oznámení. Požiadavka, aby boli informácie obsiahnuté v oznámení o transparentnosti okrem iného jasne viditeľné, by mala znamenať, že sa zreteľne uvádzajú v reklamnom oznámení alebo spolu s ním. Požiadavka, aby informácie uverejnené v oznámení o transparentnosti boli ľahko prístupné, strojovo čitateľné, ak je to technicky možné, a používateľsky ústretové, by mala znamenať, že vyhovujú potrebám osôb so zdravotným postihnutím. Príloha I k smernici 2019/882 (Európsky akt o prístupnosti) obsahuje požiadavky na prístupnosť informácií vrátane digitálnych informácií, ktoré by sa mali používať na sprístupnenie politických informácií osobám so zdravotným postihnutím.

(41) Oznámenia o transparentnosti by mali byť vytvorené tak, aby zvyšovali informovanosť používateľov a pomohli jasne identifikovať politické reklamné oznámenie. Mali by byť navrhnuté tak, aby zostali na mieste alebo zostali prístupné v prípade, že sa politické reklamné oznámenie ďalej šíri, napríklad sa uverejní na inej platforme alebo sa postúpi medzi fyzickými osobami. Informácie uvedené v oznámení o transparentnosti by sa mali uverejniť pri začatí uverejňovania politických reklamných oznámení a mali by sa uchovávať počas jedného roka od posledného

uverejnenia. Uchovávané informácie by mali zahŕňať aj informácie o politickej reklame, ktorá bola ukončená alebo ktorú vydavateľ stiahol.

(42) Keďže vydavatelia politickej reklamy sprístupňujú politické reklamné oznámenia verejnosti, mali by tieto informácie uverejňovať alebo šíriť na verejnosti spolu s uverejnením alebo šírením politického reklamného oznámenia. Vydavatelia politickej reklamy by nemali sprístupňovať verejnosti politické reklamné oznámenia, ktoré nespĺňajú požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2021/XXX [akt o digitálnych službách], by okrem toho mali sprístupniť informácie uvedené v oznámení o transparentnosti prostredníctvom archívov reklám uverejnených v súlade s článkom 30 nariadenia [akt o digitálnych službách]. Tým sa uľahčí práca zainteresovaných aktérov vrátane výskumných pracovníkov v ich konkrétnej úlohe podporovať slobodné a spravodlivé voľby alebo referendá a spravodlivé volebné kampane, a to aj kontrolou zadávateľov politických reklamných oznámení a analýzou prostredia daného politického reklamného oznámenia.

(43) Ak je poskytovateľ služby politickej reklamy, ktorý hosťuje alebo inak uchováva a poskytuje obsah politického reklamného oznámenie, oddelený od poskytovateľa služby politickej reklamy, ktorý riadi webové sídlo alebo iné rozhranie, na ktorom sa politické reklamné oznámenie v konečnom dôsledku zobrazuje, mali by sa posudzovať spoločne ako vydavatelia reklamy s príslušnou zodpovednosťou v súvislosti s konkrétnou službou, ktorú poskytujú, aby sa zabezpečilo označovanie a aby bolo k dispozícii oznámenie o transparentnosti a príslušné informácie. Ich zmluvné dojednania by mali odrážať spôsob, akým organizujú súlad s týmto nariadením.

(44) Informácie o vynaložených sumách a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za služby politickej reklamy môžu užitočne prispieť k politickej diskusii. Je potrebné zabezpečiť, aby z výročných správ vypracovaných príslušnými vydavateľmi politickej reklamy bolo možné získať primeraný prehľad o činnosti politickej reklamy. Na podporu dohľadu a zodpovednosti by takéto podávanie správ malo obsahovať informácie o výdavkoch na cielenie politickej reklamy v príslušnom období agregovaných podľa kampane alebo kandidáta. Aby sa predišlo neúmernej záťaži, tieto povinnosti týkajúce sa podávania správ o transparentnosti by sa nemali vzťahovať na podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 3 smernice 2013/34/EÚ.

(45) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí poskytujú služby politickej reklamy, by mali zaviesť mechanizmy, ktoré umožnia fyzickým osobám nahlásiť, že konkrétne politické reklamné oznámenie, ktoré uverejnili, nie je v súlade s týmto nariadením. Mechanizmy na nahlásenie takéhoto reklamného oznámenia by mali byť ľahko prístupné a použiteľné a mali by byť prispôsobené forme reklamy distribuovanej vydavateľom reklamy. Pokiaľ je to možné, tieto mechanizmy by mali byť dostupné zo samotného reklamného oznámenia, napríklad na webovom sídle vydavateľa reklamy. Vydavatelia politickej reklamy by mali mať v prípade potreby možnosť využiť existujúce mechanizmy. Ak sú vydavatelia politickej reklamy poskytovateľmi hostingových služieb v zmysle aktu o digitálnych službách, pokiaľ ide o politické reklamné oznámenia hosťované na žiadosť príjemcov ich služieb, na oznámenia o nesúlade takýchto reklám s týmto nariadením sa naďalej vzťahujú ustanovenia článku 14 aktu o digitálnych službách.

(46) S cieľom umožniť konkrétnym subjektom zohrávať svoju úlohu v demokraciách je vhodné stanoviť pravidlá prenosu informácií uverejnených s politickým reklamným

oznámením alebo uvedených v oznámení o transparentnosti zainteresovaným aktérom, ako sú preverení výskumní pracovníci, novinári, organizácie občianskej spoločnosti a akreditovaní pozorovatelia volieb, aby sa podporilo plnenie ich príslušných úloh v demokratickom procese. Od poskytovateľov služieb politickej reklamy by sa nemalo vyžadovať, aby odpovedali na žiadosti, ktoré sú zjavne neopodstatnené alebo neprimerané. Okrem toho by príslušný poskytovateľ služieb mal mať možnosť účtovať si primeraný poplatok v prípade opakujúcich sa a nákladných žiadostí, a to pri zohľadnení administratívnych nákladov na poskytovanie informácií.

(47) Osobné údaje získané priamo od fyzických osôb alebo nepriamo, ako sú napríklad odvodené údaje, pri zoskupovaní fyzických osôb podľa ich predpokladaných záujmov alebo získané na základe ich aktivity online, profilovania správania a iných analytických techník, sa čoraz častejšie používajú na cielenie politických posolstiev skupinám alebo individuálnym voličom či fyzickým osobám a na zosilnenie ich vplyvu. Na základe spracúvania osobných údajov, najmä údajov považovaných za citlivé podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679[11] a nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725[12], možno voličov alebo fyzické osoby rozdeliť do rôznych skupín a využiť ich vlastnosti alebo zraniteľné miesta, napríklad šírením reklám v konkrétnych momentoch a na konkrétnych miestach tak, aby sa využili situácie, keď sú citliví na určitý druh informácií/správ. To má konkrétne a nepriaznivé vplyvy na základné práva a slobody občanov, pokiaľ ide o spracúvanie ich osobných údajov a ich slobodu prijímať objektívne informácie, vytvárať si názor, prijímať politické rozhodnutia a uplatňovať svoje právo voliť. To nepriaznivo ovplyvňuje demokratický proces. Mali by sa stanoviť ďalšie obmedzenia a podmienky v porovnaní s nariadením (EÚ) 2016/679 a nariadením (EÚ) 2018/1725. Podmienky stanovené v tomto nariadení o používaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov v súvislosti s politickou reklamou, by mali vychádzať z článku 16 ZFEÚ.

(48) Techniky cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725, by sa preto mali zakázať. Tieto techniky by mali byť povolené iba v prípade, ak ich používa prevádzkovateľ alebo niekto konajúci v jeho mene na základe výslovného súhlasu dotknutej osoby, alebo ak ich v rámci svojej zákonnej činnosti s primeranými zárukami používa nadácia, združenie alebo akýkoľvek iný neziskový subjekt s politickým, filozofickým, náboženským alebo odborárskym zameraním a pod podmienkou, že spracúvanie sa týka výlučne členov alebo bývalých členov subjektu alebo osôb, ktoré majú pravidelný kontakt s ním v súvislosti s jeho cieľmi, a že bez súhlasu dotknutej osoby sa osobné údaje neposkytnú mimo tohto subjektu. Toto používanie by malo byť sprevádzané osobitnými zárukami. Súhlas je potrebné chápať ako súhlas v zmysle nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/1725. Preto by nemalo byť možné odvolávať sa na výnimky stanovené v článku 9 ods. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nariadenia (EÚ)

[11] Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, s. 1).

[12] Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725 z 23. októbra 2018 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov inštitúciami, orgánmi, úradmi a agentúrami Únie a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 45/2001 a rozhodnutie č. 1247/2002/ES (Ú. v. EÚ L 295, 21.11.2018, s. 39).

2018/1725 pri používaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu na uverejňovanie, propagáciu alebo šírenie politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/725.

(49) S cieľom zabezpečiť zvýšenú transparentnosť a zodpovednosť pri využívaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, by prevádzkovatelia mali zaviesť dodatočné záruky. Mali by prijať a implementovať politiku opisujúcu používanie takýchto techník na cielenie na fyzické osoby alebo na zosilňovanie vplyvu príslušného obsahu a viesť záznamy o svojich relevantných činnostiach. Pri uverejňovaní, propagácii alebo šírení politickej reklamy s využitím techník cielenia a zosilňovania vplyvu by mali prevádzkovatelia poskytnúť spolu s politickým reklamným oznámením zmysluplné informácie, ktoré dotknutej fyzickej osobe umožnia pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitého cielenia, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších analytických techník vrátane toho, či bolo cielenie reklamy počas zobrazovania ďalej optimalizované.

(50) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí využívajú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, by mali do svojho oznámenia o transparentnosti zahrnúť informácie potrebné na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitej techniky, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších použitých analytických techník, a odkaz na príslušnú politiku prevádzkovateľa. Ak prevádzkovateľ nie je vydavateľom reklamy, prevádzkovateľ by mal vydavateľovi politickej reklamy zaslať vnútornú politiku alebo odkaz na ňu. Poskytovatelia reklamných služieb by mali v prípade potreby zaslať vydavateľovi politickej reklamy informácie potrebné na splnenie svojich povinností podľa tohto nariadenia. Poskytovanie takýchto informácií by sa mohlo automatizovať a integrovať do bežných obchodných procesov na základe noriem.

(51) V záujme ďalšieho posilnenia postavenia fyzických osôb pri výkone ich práv na ochranu údajov by vydavatelia politickej reklamy mali dotknutým osobám poskytnúť ďalšie informácie a účinné nástroje na podporu výkonu ich práv podľa právneho rámca EÚ na ochranu údajov vrátane práva namietať alebo odvolať svoj súhlas, ak sú cieľom politického reklamného oznámenia. Tieto informácie by mali byť aj ľahko prístupné priamo z oznámenia o transparentnosti. Nástroje, ktoré majú fyzické osoby k dispozícii na podporu uplatňovania svojich práv, by mali účinne zabrániť cieleniu politických reklamných oznámení na fyzickú osobu, ako aj zabrániť cieleniu na základe konkrétnych kritérií a zo strany jedného konkrétneho prevádzkovateľa alebo viacerých konkrétnych prevádzkovateľov.

(52) Komisia by mala nabádať k vypracovaniu kódexov správania uvedených v článku 40 nariadenia (EÚ) 2016/679 s cieľom podporiť uplatňovanie práv dotknutých osôb v tejto súvislosti.

(53) Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade so všetkými požiadavkami platnými pre používanie techník cielenia a zosilňovania vplyvu podľa tohto nariadenia, by sa mali predkladať vo formáte, ktorý je ľahko dostupný, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.

(54) Je vhodné stanoviť pravidlá zasielania informácií o cielení iným zainteresovaným subjektom. Uplatniteľný režim by mal byť v súlade s režimom zasielania informácií spojeným s požiadavkami na transparentnosť.

(55) Poskytovatelia služieb politickej reklamy usadení v tretej krajine, ktorí ponúkajú služby v Únii, by mali určiť splnomocneného právneho zástupcu v Únii, aby sa umožnil účinný dohľad nad týmto nariadením vo vzťahu k týmto poskytovateľom. Právnym zástupcom by mohol byť zástupca určený na základe článku 27 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo zástupca určený na základe článku 11 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách].

(56) V záujme účinného dohľadu nad týmto nariadením je potrebné zveriť orgánom dohľadu právomoc monitorovať príslušné pravidlá a presadzovať ich dodržiavanie. V závislosti od právneho systému každého členského štátu a v súlade s existujúcim právom Únie vrátane nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] môžu byť na tento účel určené rôzne vnútroštátne súdne alebo správne orgány.

(57) Pokiaľ ide o dohľad nad online sprostredkovateľskými službami podľa tohto nariadenia, členské štáty by mali určiť príslušné orgány a zabezpečiť, aby bol takýto dohľad v súlade s dohľadom vykonávaným príslušnými orgánmi určenými podľa článku 38 nariadenia (EÚ) [akt o digitálnych službách]. Koordinátori digitálnych služieb by v súlade s nariadením (EÚ) [akt o digitálnych službách] mali byť v každom členskom štáte v každom prípade zodpovední za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni v súvislosti s týmito záležitosťami a v prípade potreby nadviazať cezhraničnú spoluprácu s inými koordinátormi digitálnych služieb v súlade s mechanizmami stanovenými v nariadení (EÚ) [akt o digitálnych službách]. V rámci uplatňovania tohto nariadenia by sa tento mechanizmus mal obmedziť na vnútroštátnu spoluprácu medzi koordinátormi digitálnych služieb a nemal by zahŕňať eskaláciu na úroveň Únie, ako sa stanovuje v nariadení (EÚ) [akt o digitálnych službách].

(58) Na dohľad nad tými aspektmi tohto nariadenia, ktoré nepatria do pôsobnosti dozorných orgánov podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/725, by mali členské štáty určiť príslušné orgány. Na podporu dodržiavania základných práv a slobôd, právneho štátu, demokratických zásad a dôvery verejnosti v dohľad nad politickou reklamou je potrebné, aby tieto orgány boli štrukturálne nezávislé od vonkajších zásahov alebo politických tlakov a mali primerané právomoci účinne monitorovať a prijímať opatrenia potrebné na zabezpečenie dodržiavania tohto nariadenia, najmä povinností stanovených v článku 7. Členské štáty môžu určiť najmä vnútroštátne regulačné orgány alebo subjekty podľa článku 30 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ[13].

(59) Ak už v rámci práva Únie existujú pravidlá týkajúce sa poskytovania informácií príslušným orgánom a spolupráce s týmito orgánmi a medzi nimi, ako je článok 9 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] alebo pravidlá uvedené v nariadení (EÚ) 2016/679, tieto pravidlá by sa mali uplatňovať *mutatis mutandis* na príslušné ustanovenia tohto nariadenia.

(60) Orgány zodpovedné za dohľad nad týmto nariadením by mali navzájom spolupracovať na vnútroštátnej úrovni aj na úrovni EÚ a čo najlepšie využívať existujúce štruktúry vrátane vnútroštátnych sietí spolupráce, Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, ako sa uvádza v odporúčaní C(2018) 5949 final, a skupiny európskych

[13] Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (Ú. v. EÚ L 95, 15.4.2010, s. 1).

regulačných úradov pre audiovizuálne mediálne služby zriadenej podľa smernice 2010/13/EÚ. Takáto spolupráca by mala uľahčiť rýchlu a zabezpečenú výmenu informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj prostredníctvom spoločného zisťovania porušení, informovania o zisteniach, výmeny odborných znalostí a spolupráce pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.

(61) S cieľom uľahčiť účinné uplatňovanie povinností stanovených v nariadení je potrebné splnomocniť vnútroštátne orgány, aby si od poskytovateľov služieb mohli vyžiadať príslušné informácie o transparentnosti politického reklamného oznámenia. Informácie poskytované príslušným orgánom sa môžu týkať reklamnej kampane, môžu byť zoskupené podľa rokov alebo sa môžu týkať konkrétnych reklamných oznámení. Na zabezpečenie účinného a efektívneho vyhovenia žiadostiam o takéto informácie a zároveň aby poskytovatelia služieb politickej reklamy neboli neprimerane zaťažovaní, je potrebné stanoviť určité podmienky, ktoré by tieto žiadosti mali spĺňať. Najmä v záujme včasného dohľadu nad priebehom volieb by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali na žiadosti príslušných orgánov reagovať rýchlo, a to vždy do 10 pracovných dní od prijatia žiadosti. V záujme právnej istoty a v súlade s právom na obhajobu by žiadosti o poskytnutie informácií od príslušného orgánu mali obsahovať primerané odôvodnenie a informácie o dostupných opravných prostriedkoch. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali určiť kontaktné miesta na komunikáciu s príslušnými orgánmi. Takéto kontaktné miesta môžu byť elektronické.

(62) Členské štáty by mali určiť kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia. Ak je to možné, kontaktné miesto by malo byť členom Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb. Kontaktné miesto by malo uľahčovať spoluprácu príslušných orgánov medzi členskými štátmi pri ich úlohách dohľadu a presadzovania, najmä sprostredkúvaním komunikácie s kontaktnými miestami v iných členských štátoch a s vlastnými príslušnými orgánmi.

(63) Orgány členských štátov by mali zabezpečiť, aby porušenia povinností stanovených v tomto nariadení boli sankcionované správnymi pokutami alebo finančnými sankciami. Pritom by mali brať do úvahy povahu, závažnosť, opakovanie a trvanie porušovania vzhľadom na dotknutý verejný záujem, rozsah a druh vykonávaných činností, ako aj ekonomické možnosti porušovateľa. V tejto súvislosti by sa mala vziať do úvahy kľúčová úloha, ktorú zohrávajú povinnosti stanovené v článku 7 pri účinnom dosahovaní cieľov tohto nariadenia. Okrem toho by mali brať do úvahy skutočnosť, či príslušný poskytovateľ služieb systematicky alebo opakovane neplní svoje povinnosti vyplývajúce z tohto nariadenia, a to aj tým, že odďaľuje poskytovanie informácií zainteresovaným subjektom, ako aj to, či poskytovateľ služieb politickej reklamy pôsobí vo viacerých členských štátoch. Finančné sankcie a správne pokuty musia byť v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce s náležitým ohľadom na poskytnutie dostatočných a dostupných procesných záruk, a najmä na zabezpečenie toho, aby politická diskusia zostala otvorená a prístupná.

(64) Výkon právomocí príslušných orgánov podľa tohto nariadenia by mal podliehať primeraným procesným zárukám v súlade s právom Únie a vnútroštátnym právom vrátane účinného súdneho prostriedku nápravy a riadneho procesu.

(65) Členské štáty by mali v dostatočnom predstihu pred začiatkom volebného kalendára uverejniť presné trvanie svojich období volieb stanovené podľa ich volebných tradícií.

(66) Na splnenie cieľov tohto nariadenia by sa na Komisiu mala v súlade s článkom 290 Zmluvy o fungovaní Európskej únie delegovať právomoc prijímať akty v súvislosti

s článkom 7 ods. 7 s cieľom bližšie stanoviť formu, v ktorej by sa mali stanoviť požiadavky na poskytovanie informácií v oznámeniach o transparentnosti podľa uvedeného článku; a v súvislosti s článkom 12 ods. 8 s cieľom bližšie stanoviť formu, v ktorej by sa mali stanoviť požiadavky na poskytovanie informácií o cielení. Je osobitne dôležité, aby Komisia uskutočnila príslušné konzultácie vrátane konzultácií s odborníkmi určenými každým členským štátom a aby sa tieto konzultácie viedli v súlade so zásadami stanovenými v Medziinštitucionálnej dohode z 13. apríla 2016 o lepšej tvorbe práva. Predovšetkým, v záujme rovnakého zastúpenia pri príprave delegovaných aktov, sa všetky dokumenty doručujú Európskemu parlamentu a Rade v rovnakom čase ako odborníkom z členských štátov, a odborníci Európskeho parlamentu a Rady majú systematický prístup na zasadnutia skupín odborníkov Komisie, ktoré sa zaoberajú prípravou delegovaných aktov.

(67) Do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu by Komisia mala predložiť verejnú správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. Pri príprave tejto správy by Komisia mala zohľadniť aj implementáciu tohto nariadenia v kontexte iných volieb a referend, ktoré sa konajú v Únii. V správe by sa okrem iného mala preskúmať vhodnosť ustanovení príloh k tomuto nariadeniu a zvážiť potreba ich revízie.

(68) Doplňujúce povinnosti týkajúce sa používania politickej reklamy európskymi politickými stranami sú stanovené v nariadení (EÚ) 1141/2014 o štatúte a financovaní európskych politických strán a európskych politických nadácií.

(69) Keďže ciele tohto nariadenia, konkrétne prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami a stanoviť pravidlá používania cielenia v súvislosti s uverejňovaním a šírením politickej reklamy, nie je možné uspokojivo dosiahnuť na úrovni členských štátov, a teda ich možno lepšie dosiahnuť na úrovni Únie, Únia môže prijať toto nariadenie v súlade so zásadou subsidiarity podľa článku 5 ZEÚ. V súlade so zásadou proporcionality podľa uvedeného článku toto nariadenie neprekračuje rámec nevyhnutný na dosiahnutie týchto cieľov.

(70) Týmto nariadením nie sú dotknuté pravidlá stanovené najmä smernicou 2000/31/ES vrátane pravidiel zodpovednosti pre poskytovateľov sprostredkovateľských služieb v článkoch 12 až 15 uvedenej smernice upravenej nariadením (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách], nariadením (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych trhoch], smernicou 2002/58/ES a nariadením (EÚ) XXX [nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách], ako aj smernicou (EÚ) 2010/13, smernicou 2000/31/ES, smernicou 2002/58/ES, smernicou 2005/29/ES, smernicou 2011/83/EÚ, smernicou 2006/114/ES, smernicou 2006/123/ES a nariadením (EÚ) 2019/1150.

(71) V súlade s článkom 42 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sa uskutočnila konzultácia s európskym dozorným úradníkom pre ochranu údajov, ktorý XX. XX. 2022 vydal svoje stanovisko,

PRIJALI TOTO NARIADENIE:

KAPITOLA I – VŠEOBECNÉ USTANOVENIA

Článok 1

Predmet úpravy a rozsah pôsobnosti

1. V tomto nariadení sa stanovujú:

a) harmonizované povinnosti týkajúce sa transparentnosti uložené poskytovateľom politickej reklamy a súvisiacich služieb spočívajúce v uchovávaní, oznamovaní a uverejňovaní informácií súvisiacich s poskytovaním takýchto služieb;

b) harmonizované pravidlá používania techník cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s uverejňovaním, šírením alebo propagáciou politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov.

2. Toto nariadenie sa vzťahuje na politickú reklamu pripravenú, umiestnenú, propagovanú, uverejnenú alebo šírenú v Únii alebo zameranú na fyzické osoby v jednom členskom štáte alebo vo viacerých členských štátoch, a to bez ohľadu na miesto usadenia poskytovateľa reklamných služieb a bez ohľadu na použité prostriedky.

3. Cieľom tohto nariadenia je:

a) prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami;

b) chrániť fyzické osoby v súvislosti so spracúvaním osobných údajov.

1. Týmto nariadením nie sú dotknuté pravidlá stanovené v týchto aktoch:

a) smernica 2000/31/ES;

b) smernica 2002/58/ES a nariadenie (EÚ) XXX [nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách];

c) smernica 2005/29/ES;

d) smernica 2006/114/ES;

e) smernica 2006/123/ES;

f) smernica (EÚ) 2010/13;

g) smernica 2011/83/EÚ;

h) nariadenie (EÚ) 2019/1150;

i) nariadenie (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách].

Článok 2

Vymedzenie pojmov

Na účely tohto nariadenia sa uplatňuje toto vymedzenie pojmov:

1. „služba“ je akákoľvek samostatne zárobková hospodárska činnosť, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, ako sa uvádza v článku 57 ZFEÚ;

2. „politická reklama“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejnenie alebo šírenie, a to akýmikoľvek prostriedkami, správy:

a) politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v jeho mene, pokiaľ nemá čisto súkromnú alebo čisto komerčnú povahu, alebo

b) ktorá môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívny alebo regulačný proces, alebo správanie pri hlasovaní;

3. „politické reklamné oznámenie“ je prípad politickej reklamy;

4. „politický aktér“ je ktorýkoľvek z týchto subjektov:

   a) politická strana v zmysle článku 2 ods. 1 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014 alebo subjekt priamo alebo nepriamo spojený s oblasťou činnosti takejto politickej strany;

   b) aliancia politických strán v zmysle článku 2 ods. 2 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;

   c) európska politická strana v zmysle článku 2 ods. 3 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;

   d) kandidát na akúkoľvek volenú funkciu na európskej, vnútroštátnej, regionálnej a miestnej úrovni alebo na jednu z vedúcich pozícií v rámci politickej strany;

   e) volený zástupca v rámci verejnej inštitúcie na európskej, vnútroštátnej, regionálnej alebo miestnej úrovni;

   f) nevolený člen vlády na európskej, vnútroštátnej, regionálnej alebo miestnej úrovni;

   g) organizácia, ktorá vedie politickú kampaň, s právnou subjektivitou alebo bez nej, založená s cieľom dosiahnuť konkrétny výsledok vo voľbách alebo referende;

   h) každá fyzická alebo právnická osoba, ktorá zastupuje ktorúkoľvek z osôb alebo organizácií uvedených v písmenách a) až g) alebo koná v ich mene, pričom podporuje ich politické ciele;

5. „služba politickej reklamy“ je služba pozostávajúca z politickej reklamy s výnimkou online sprostredkovateľskej služby v zmysle článku 2 písm. f) nariadenia (EÚ) 2021/XXX [akt o digitálnych službách], ktorá sa poskytuje bez odplaty za umiestnenie, uverejnenie alebo šírenie konkrétnej správy;

6. „politická reklamná kampaň“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejňovanie alebo šírenie série prepojených reklamných oznámení v rámci zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva alebo financovania;

7. „zadávateľ“ je fyzická alebo právnická osoba, v ktorej mene sa pripravuje, umiestňuje, uverejňuje alebo šíri politické reklamné oznámenie;

8. „techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu“ sú techniky, ktoré slúžia buď na to, aby sa pomocou prispôsobeného politického reklamného oznámenia oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb, alebo na to, aby sa zvýšil obeh, dosah či viditeľnosť politického reklamného oznámenia;

9. „obdobie volieb“ je obdobie pred voľbami alebo referendom v členskom štáte, počas nich alebo bezprostredne po nich, počas ktorého činnosti v rámci kampane podliehajú osobitným pravidlám;

10. „príslušní voliči“ sú skupina fyzických osôb oprávnených voliť vo voľbách alebo referende, ktoré sa uskutočňujú v členskom štáte, v ktorom sa politické reklamné oznámenie šíri, čo môžu byť aj všetci voliči v danom členskom štáte;

11. „vydavateľ politickej reklamy“ je fyzická alebo právnická osoba, ktorá vysiela, sprístupňuje prostredníctvom rozhrania alebo inak do verejnej sféry prináša politickú reklamu prostredníctvom akéhokoľvek média;

12. „prevádzkovateľ“ je prevádzkovateľ podľa článku 4 ods. 7 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo prípadne podľa článku 4 ods. 8 nariadenia (EÚ) 2018/1725.

Na účely prvého odseku bodu 2 správy z oficiálnych zdrojov, ktoré sa týkajú organizácie a modalít účasti vo voľbách alebo referendách alebo ktorých účelom je podporiť účasť vo voľbách alebo referendách, nie sú politickou reklamou.

Článok 3

Úroveň harmonizácie

1. Členské štáty nesmú z dôvodov súvisiacich s transparentnosťou zachovať ani zaviesť ustanovenia alebo opatrenia, ktoré sa odchyľujú od ustanovení alebo opatrení stanovených v tomto nariadení.
2. Ak sú splnené požiadavky tohto nariadenia, poskytovanie služieb politickej reklamy nesmie byť zakázané ani obmedzené z dôvodov súvisiacich s transparentnosťou.

KAPITOLA II – POVINNOSTI TÝKAJÚCE SA TRANSPARENTNOSTI V PRÍPADE SLUŽIEB POLITICKEJ REKLAMY

Článok 4

Transparentnosť

Služby politickej reklamy sa poskytujú transparentným spôsobom v súlade s povinnosťami stanovenými v článkoch 5 až 11 a v článku 14 tohto nariadenia.

Článok 5

Identifikácia služieb politickej reklamy

1. Poskytovatelia reklamných služieb požiadajú zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb konajúcich v mene zadávateľov, aby vyhlásili, či reklamná služba, ktorej vykonanie od nich žiadajú, predstavuje službu politickej reklamy v zmysle článku 2 ods. 5. Zadávatelia a poskytovatelia reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov urobia takéto vyhlásenie.
2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby v zmluvných dojednaniach uzatvorených na poskytovanie služby politickej reklamy bolo uvedené, ako sa dodržiavajú príslušné ustanovenia tohto nariadenia.

Článok 6

Vedenie záznamov a zasielanie informácií

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy uchovávajú informácie, ktoré získajú pri poskytovaní svojich služieb, o:

a) politickom reklamnom oznámení alebo politickej reklamnej kampani, s ktorou je služba spojená alebo s ktorou sú služby spojené;

b) konkrétnej službe alebo konkrétnych službách poskytovaných v súvislosti s politickou reklamou;

c) sumách vyfakturovaných za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby a

d) prípadne totožnosti zadávateľa a jeho kontaktných údajoch.

2. Informácie uvedené v odseku 1 sa vyhotovujú písomne a môžu byť v elektronickej forme. Tieto informácie sa uchovávajú päť rokov od dátumu poslednej prípravy, umiestnenia, uverejnenia alebo šírenia v závislosti od konkrétnych okolností.

3. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa informácie uvedené v odseku 1 poskytli vydavateľovi politickej reklamy, ktorý bude šíriť politické reklamné oznámenie, aby vydavatelia politickej reklamy mohli splniť svoje povinnosti podľa tohto nariadenia. Tieto informácie sa zasielajú včas a presne v súlade s najlepšími postupmi a priemyselnými normami prostredníctvom štandardizovaného automatizovaného procesu, ak je to technicky možné.

Článok 7

Požiadavky na transparentnosť pre každé politické reklamné oznámenie

1. V súvislosti s poskytovaním služieb politickej reklamy sa každé politické reklamné oznámenie sprístupňuje s jasným, zreteľným a jednoznačným uvedením týchto informácií:

a) vyhlásenie, že ide o politické reklamné oznámenie;

b) totožnosť zadávateľa politického reklamného oznámenia a subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi;

c) oznámenie o transparentnosti, ktoré umožní porozumieť širšiemu kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľom, alebo jasné uvedenie informácie o tom, kde ho možno ľahko získať.

V tejto súvislosti vydavatelia politickej reklamy používajú účinné a výrazné techniky označovania, ktoré umožňujú ľahkú identifikáciu politického reklamného oznámenia, a zabezpečia, aby označenie zostalo na svojom mieste v prípade ďalšieho šírenia politického reklamného oznámenia.

2. Oznámenie o transparentnosti musí byť súčasťou každého politického reklamného oznámenia alebo sa na jeho základe musí dať ľahko získať a obsahuje tieto informácie:

a) totožnosť zadávateľa a kontaktné údaje;

b) obdobie, počas ktorého má byť politické reklamné oznámenie uverejnené a šírené;

c) okrem iného na základe informácií získaných v súlade s článkom 6 ods. 3 informácie o súhrnných vynaložených sumách alebo iných výhodách získaných čiastočne alebo úplne výmenou za prípravu, umiestnenie, propagáciu, uverejnenie a šírenie príslušného reklamného oznámenia a prípadne politickej reklamnej kampane a ich zdrojoch;

d) prípadne informácie o voľbách alebo referendách, s ktorými je reklamné oznámenie spojené;

e) prípadne odkazy na online archívy reklamných oznámení;

f) informácie o spôsobe používania mechanizmov uvedených v článku 9 ods. 1;

g) Informácie, ktoré sa majú zahrnúť do oznámenia o transparentnosti, sa poskytujú pomocou osobitných dátových polí uvedených v prílohe I.

3. Vydavatelia politickej reklamy vynaložia primerané úsilie, aby zabezpečili, že informácie uvedené v odsekoch 1 a 2 sú úplné, a ak zistia, že úplné nie sú, politické reklamné oznámenie nesprístupnia.

4. Oznámenia o transparentnosti sa aktualizujú a predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a strojovo čitateľný, ak je to technicky možné, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka. Tieto informácie uverejňuje vydavateľ politickej reklamy spolu s politickým reklamným oznámením od jeho prvého uverejnenia do jedného roka po jeho poslednom uverejnení.

5. Vydavatelia politickej reklamy uchovávajú svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými úpravami počas obdobia piatich rokov od skončenia obdobia uvedeného v odseku 4.

6. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle článku 25 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách], zabezpečia, aby boli v archívoch, ktoré sprístupňujú podľa článku 30 uvedeného nariadenia [akt o digitálnych službách], ku každému politickému reklamnému oznámeniu v danom archíve dostupné informácie uvedené v odseku 2.

7. Členské štáty vrátane príslušných orgánov a Komisia podporia vypracovanie kódexov správania určených na to, aby prispeli k správnemu uplatňovaniu tohto článku, pričom vezmú do úvahy osobitné vlastnosti príslušných zapojených poskytovateľov služieb a osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov v zmysle článku 3 smernice 2013/34/EÚ.

8. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 19 s cieľom zmeniť prílohu I pridaním, úpravou alebo odstránením prvkov zoznamu informácií, ktoré sa majú poskytovať podľa odseku 2, ak je takáto zmena potrebná vzhľadom na technologický vývoj na pochopenie širšieho kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľov.

Článok 8

Pravidelné podávanie správ o službách politickej reklamy

1. Ak vydavatelia reklamy poskytujú služby politickej reklamy, zahrnú v rámci svojej správy o hospodárení v zmysle článku 19 smernice 2013/34/EÚ, ktorá je súčasťou

ich účtovnej závierky, informácie o sumách alebo hodnote iných výhod, ktoré získali čiastočne alebo úplne výmenou za tieto služby, a to vrátane použitia techník cielenia a zosilňovania vplyvu, agregovaných podľa kampane.

2. Odsek 1 sa nevzťahuje na podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 3 smernice 2013/34/EÚ.

Článok 9

Upozornenie na potenciálne nezákonné politické reklamné oznámenia

3. Ak vydavatelia reklamy poskytujú služby politickej reklamy, zavedú mechanizmy, ktoré fyzickým osobám umožnia bezplatne ich upozorniť, že konkrétne reklamné oznámenie, ktoré uverejnili, nie je v súlade s týmto nariadením.

4. Informácie o spôsobe upozorňovania na politické reklamné oznámenia podľa odseku 1 musia byť používateľsky ústretové a ľahko dostupné, a to aj z oznámenia o transparentnosti.

5. Vydavatelia politickej reklamy umožnia predkladanie informácií uvedených v odseku 1 elektronickými prostriedkami. Vydavateľ politickej reklamy informuje fyzické osoby o krokoch prijatých v nadväznosti na upozornenie uvedené v odseku 1.

6. Na opakované upozornenia podľa odseku 1 týkajúce sa toho istého reklamného oznámenia alebo tej istej reklamnej kampane možno odpovedať hromadne, a to aj odkazom na vyhlásenie na webovom sídle dotknutého vydavateľa politickej reklamy.

Článok 10

Zasielanie informácií príslušným orgánom

1. Príslušné vnútroštátne orgány majú právomoc požadovať, aby poskytovateľ služieb politickej reklamy zaslal informácie uvedené v článkoch 6, 7 a 8. Zasielané informácie musia byť úplné, presné a dôveryhodné a poskytnuté v jasnom, koherentnom, konsolidovanom a zrozumiteľnom formáte. Ak je to technicky možné, informácie sa zasielajú v strojovo čitateľnom formáte.

   Žiadosť obsahuje tieto prvky:

   a) odôvodnenie vysvetľujúce účel, na ktorý sa informácie požadujú, a prečo je žiadosť potrebná a primeraná, pokiaľ cieľom žiadosti nie je predchádzanie trestným činom, ich vyšetrovanie, odhaľovanie a stíhanie a pokiaľ by tento cieľ nebol uvedením odôvodnenia ohrozený;

   b) informácie o opravnom prostriedku, ktorý má príslušný poskytovateľ služieb a zadávateľ služby politickej reklamy k dispozícii.

2. Po prijatí žiadosti podľa odseku 1 poskytovatelia služieb politickej reklamy do dvoch pracovných dní potvrdia prijatie tejto žiadosti a informujú orgán o krokoch, ktoré podnikli na jej vybavenie. Príslušný poskytovateľ služieb poskytne požadované informácie do desiatich pracovných dní.

3. Poskytovatelia služieb politickej reklamy určia kontaktné miesto na komunikáciu s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sú malými a strednými podnikmi v zmysle článku 3 smernice 2013/34/EÚ, môžu ako kontaktné miesto určiť externú fyzickú osobu.

Článok 11

Zasielanie informácií iným zainteresovaným subjektom

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy prijmú primerané opatrenia na zasielanie informácií uvedených v článku 6 zainteresovaným subjektom na požiadanie a zdarma.

   Ak je poskytovateľ služieb politickej reklamy vydavateľom politickej reklamy, takisto prijme primerané opatrenia na zasielanie informácií uvedených v článku 7 zainteresovaným subjektom na požiadanie a zdarma.

2. Zainteresované subjekty požadujúce zaslanie informácií podľa odseku 1 musia byť nezávislé od obchodných záujmov a musia patriť do jednej alebo viacerých z týchto kategórií:

   a) preverení výskumní pracovníci v súlade s článkom 31 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách];

   b) členovia organizácie občianskej spoločnosti, ktorej štatutárnym cieľom je chrániť a presadzovať verejný záujem, oprávnenej podľa vnútroštátneho práva alebo práva Únie;

   c) politickí aktéri, ktorí sú oprávnení podľa vnútroštátneho práva, alebo

   d) národní alebo medzinárodní pozorovatelia volieb akreditovaní v členskom štáte.

   Medzi takéto zainteresované subjekty patria aj novinári akreditovaní v členskom štáte vnútroštátnymi, európskymi alebo medzinárodnými orgánmi.

3. Na základe žiadosti zainteresovaného subjektu poskytovateľ služieb vynaloží maximálne úsilie, aby poskytol požadované informácie alebo svoju odôvodnenú odpoveď podľa odseku 5 do jedného mesiaca.

4. Pri príprave informácií, ktoré sa majú poskytnúť podľa odseku 1, môže poskytovateľ služieb agregovať príslušné sumy alebo ich uviesť v rámci rozpätia v rozsahu potrebnom na ochranu svojich oprávnených obchodných záujmov.

5. Ak sú žiadosti podľa odseku 1 zjavne neopodstatnené, nejasné alebo neprimerané, najmä z dôvodu nedostatočnej jasnosti, poskytovateľ služieb môže odmietnuť odpovedať. V tomto prípade príslušný poskytovateľ služieb zašle zainteresovanému subjektu, ktorý žiadosť podal, odôvodnenú odpoveď.

6. Ak sa žiadosti podľa odseku 1 opakujú a ich spracovanie si vyžaduje značné náklady, poskytovateľ služieb môže účtovať primeraný a úmerný poplatok, ktorý v žiadnom prípade nepresiahne administratívne náklady na poskytnutie požadovaných informácií.

7. Poskytovatelia služieb znášajú bremeno preukázania, že žiadosť je zjavne neopodstatnená, nejasná alebo neprimeraná, alebo že žiadosti sa opakujú a ich spracovanie si vyžaduje značné náklady.

KAPITOLA III – CIELENIE A ZOSILŇOVANIE VPLYVU POLITICKEJ REKLAMY

Článok 12

Osobitné požiadavky týkajúce sa cielenia a zosilňovania vplyvu

1. Techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725, sú v súvislosti s politickou reklamou zakázané.

2. Zákaz stanovený v prvej vete sa nevzťahuje na situácie uvedené v článku 9 ods. 2 písm. a) a d) nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 2 písm. a) a d) nariadenia (EÚ) 2018/1725.

3. Pri používaní techník cielenia alebo zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, musia prevádzkovatelia okrem požiadaviek stanovených v nariadení (EÚ) 2016/679 a prípadne v nariadení (EÚ) 2018/1725 dodržiavať tieto požiadavky:

   a) prijať a implementovať vnútornú politiku, ktorá jasne a zrozumiteľným jazykom opisuje najmä používanie takýchto techník na cielenie na fyzické osoby alebo zosilňovanie vplyvu obsahu, a uchovávať takúto politiku päť rokov;

   b) viesť záznamy o používaní cielenia alebo zosilňovania vplyvu, príslušných mechanizmoch, technikách a parametroch a zdroji (zdrojoch) použitých osobných údajov;

   c) poskytnúť spolu s politickým reklamným oznámením dodatočné informácie potrebné na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitej techniky, ako aj to, či boli použité údaje tretích strán a ďalšie analytické techniky. Tieto informácie obsahujú prvky uvedené v prílohe II.

4. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí využívajú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, zahrnú do oznámenia o transparentnosti požadovaného podľa článku 7 informácie uvedené v odseku 3 písm. c) a odkaz na politiku uvedenú v odseku 3 písm. a). Ak prevádzkovateľ nie je vydavateľom reklamy, prevádzkovateľ zašle vnútornú politiku alebo odkaz na ňu vydavateľovi politickej reklamy.

5. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí používajú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu uvedené v odseku 3, uvedú v reklamnom oznámení alebo spolu s ním a zahrnú do oznámenia o transparentnosti požadovaného podľa článku 7 odkaz na účinné prostriedky na podporu fyzických osôb pri uplatňovaní ich práv podľa nariadenia (EÚ) 2016/679.

6. Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade s týmto ustanovením, sa predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a strojovo čitateľný, ak je to technicky možné, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.

7. Poskytovatelia reklamných služieb v prípade potreby zašlú prevádzkovateľovi informácie potrebné na splnenie povinností podľa odseku 3.

8. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 19 s cieľom zmeniť prílohu II úpravou alebo odstránením prvkov zoznamu informácií, ktoré sa majú poskytovať podľa odseku 3 písm. c) tohto článku, vzhľadom na technologický vývoj v príslušnom vedeckom výskume a na vývoj v oblasti dohľadu zo strany príslušných orgánov a príslušných usmernení vydaných príslušnými orgánmi.

Článok 13

Zasielanie informácií týkajúcich sa cielenia alebo zosilňovania vplyvu iným zainteresovaným subjektom

1. Prevádzkovateľ uvedený v článku 12 prijme primerané opatrenia, aby na žiadosť zainteresovaných subjektov v súlade s článkom 11 ods. 1 zaslal informácie uvedené v článku 12.

2. Článok 11 ods. 2 až 7 sa uplatňuje *mutatis mutandis*.

KAPITOLA IV – DOHĽAD A PRESADZOVANIE

Článok 14

Právny zástupca

1. Poskytovatelia služieb, ktorí poskytujú služby politickej reklamy v Únii, ale nie sú usadení v Únii, písomne určia fyzickú alebo právnickú osobu ako svojho právneho zástupcu v jednom z členských štátov, v ktorých poskytovateľ ponúka svoje služby.

2. Právny zástupca je zodpovedný za zabezpečenie dodržiavania povinností zatupovaného poskytovateľa služieb, ktoré mu vyplývajú z tohto nariadenia, a je adresátom všetkej komunikácie s príslušným poskytovateľom služieb stanovenej v tomto nariadení. Všetka komunikácia s týmto právnym zástupcom sa považuje za komunikáciu so zastupovaným poskytovateľom služieb.

Článok 15

Príslušné orgány a kontaktné miesta

1. Dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sú príslušné monitorovať uplatňovanie článku 12 tohto nariadenia v príslušnej oblasti svojej pôsobnosti. Článok 58 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článok 58 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sa uplatňujú *mutatis mutandis.* Na činnosti, na ktoré sa vzťahuje článok 12 tohto nariadenia, sa uplatňuje kapitola VII nariadenia (EÚ) 2016/679.

2. Členské štáty určia príslušné orgány, aby monitorovali, či poskytovatelia sprostredkovateľských služieb v zmysle nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] dodržiavajú povinnosti stanovené v článkoch 5 až 11 a prípadne v článku 14 tohto nariadenia. Príslušné orgány určené podľa nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] môžu byť aj jedným z príslušných orgánov určených na monitorovanie dodržiavania povinností stanovených v článkoch 5 až 11 a v článku 14 tohto nariadenia online sprostredkovateľmi. Koordinátor digitálnych služieb uvedený v článku 38 nariadenia (EÚ) 2021/xxx v každom členskom štáte je zodpovedný za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni, pokiaľ ide o poskytovateľov sprostredkovateľských služieb, ako sú vymedzené v nariadení (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách]. Na záležitosti súvisiace s uplatňovaním tohto nariadenia, pokiaľ ide o poskytovateľov sprostredkovateľských služieb, sa uplatňuje článok 45 ods. 1 až 4 a článok 46 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách].

3. Každý členský štát určí jeden príslušný orgán alebo viacero príslušných orgánov, ktoré budú zodpovedné za uplatňovanie a presadzovanie aspektov tohto nariadenia, ktoré nie sú uvedené v odsekoch 1 a 2. Každý príslušný orgán určený podľa tohto odseku musí byť štrukturálne úplne nezávislý tak od sektora, ako aj od akéhokoľvek vonkajšieho zásahu alebo politického tlaku. Úplne nezávisle účinne monitoruje a prijíma opatrenia potrebné a primerané na zabezpečenie súladu s týmto nariadením.

4. Príslušné orgány uvedené v odseku 3 majú pri výkone svojich úloh dohľadu v súvislosti s týmto nariadením právomoc požiadať poskytovateľov služieb politickej reklamy o prístup k údajom, dokumentom alebo akýmkoľvek informáciám, ktoré sú potrebné na plnenie ich úloh dohľadu.

5. Príslušné orgány uvedené v odseku 3 majú pri uplatňovaní svojich právomocí na presadzovanie práva v súvislosti s týmto nariadením právomoc:

   a) vydávať varovania určené poskytovateľom služieb politickej reklamy týkajúce sa nedodržiavania povinností podľa tohto nariadenia;

   b) uverejniť vyhlásenie, v ktorom sa uvedie právnická a fyzická osoba alebo osoby zodpovedné za porušenie povinnosti stanovenej v tomto nariadení a povaha tohto porušenia;

   c) ukladať správne pokuty a finančné sankcie.

6. Členské štáty zabezpečia spoluprácu medzi príslušnými orgánmi, a to najmä v rámci vnútroštátnych sietí pre voľby, na uľahčenie rýchlej a zabezpečenej výmeny informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj prostredníctvom spoločného

zisťovania porušení, informovania o zisteniach, výmeny odborných znalostí a spolupráce pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.

7. Každý členský štát určí jeden príslušný orgán ako kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia.

8. Ak poskytovateľ služieb politickej reklamy poskytuje služby vo viac ako jednom členskom štáte alebo sa jeho hlavné miesto podnikateľskej činnosti alebo zástupca nachádzajú v jednom členskom štáte, ale svoje hlavné činnosti vykonáva v inom členskom štáte, príslušný orgán členského štátu, v ktorom sa nachádza hlavné alebo iné miesto podnikateľskej činnosti alebo zástupca, a príslušné orgány týchto iných členských štátov spolupracujú a v prípade potreby si navzájom pomáhajú. Pokiaľ už nie je táto spolupráca upravené právom Únie, zahŕňa aspoň tieto aspekty:

   a) príslušné orgány, ktoré uplatňujú opatrenia dohľadu alebo presadzovania v členskom štáte, informujú prostredníctvom kontaktného miesta uvedeného v odseku 7 príslušné orgány v ostatných dotknutých členských štátoch a konzultujú s nimi prijaté opatrenia v oblasti dohľadu a presadzovania a následné opatrenia;

   b) príslušný orgán môže prostredníctvom kontaktného miesta uvedeného v odseku 7 odôvodneným a primeraným spôsobom požiadať iný príslušný orgán, aby prijal opatrenia dohľadu alebo presadzovania uvedené v odsekoch 4 a 5, ak má na to lepšie postavenie, a

   c) príslušný orgán po prijatí odôvodnenej žiadosti od iného príslušného orgánu poskytne tomuto inému príslušnému orgánu pomoc, aby sa opatrenia dohľadu alebo presadzovania uvedené v odsekoch 4 a 5 mohli vykonávať účinným, efektívnym a konzistentným spôsobom. Takto dožiadaný príslušný orgán prostredníctvom kontaktných miest uvedených v odseku 7 a v lehote primeranej naliehavosti žiadosti poskytne odpoveď, v ktorej oznámi požadované informácie alebo informuje, že sa nedomnieva, že sú splnené podmienky na vyžiadanie pomoci podľa tohto nariadenia. Akékoľvek informácie, ktoré sú predmetom výmeny v súvislosti s požadovanou a poskytnutou pomocou podľa tohto článku, sa použijú len v súvislosti so záležitosťou, pre ktorú boli vyžiadané.

9. Kontaktné miesta sa pravidelne stretávajú na úrovni Únie v rámci Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, aby sa uľahčila rýchla a zabezpečená výmena informácií o otázkach súvisiacich s výkonom ich úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia.

Článok 16

Sankcie

1. V súvislosti s článkami 5 až 11, článkom 13 a článkom 14 členské štáty stanovia pravidlá o sankciách vrátane správnych pokút a finančných sankcií uplatniteľných na poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktoré podliehajú ich právomoci, za porušenia tohto nariadenia, ktoré musia byť v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce.

2. Členské štáty oznámia Komisii tieto pravidlá do dvanástich mesiacov od nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia a bezodkladne ju informujú o akejkoľvek ich následnej zmene.

3. Pri rozhodovaní o druhu sankcií a ich výške sa v každom jednotlivom prípade okrem iného náležite zohľadní:

   a) povaha, závažnosť a trvanie porušenia;

   b) úmyselný alebo nedbanlivostný charakter porušenia;

   c) akékoľvek opatrenia prijaté na zmiernenie akýchkoľvek škôd;

   d) akékoľvek príslušné predchádzajúce porušenia a akékoľvek iné priťažujúce alebo poľahčujúce okolnosti vzťahujúce sa na okolnosti daného prípadu a

   e) stupeň spolupráce s príslušným orgánom.

4. Porušenia článku 7 sa považujú za obzvlášť závažné, ak sa týkajú politickej reklamy uverejnenej alebo šírenej počas obdobia volieb a zameranej na občanov v členskom štáte, v ktorom sa príslušné voľby organizujú.

5. Ak poskytovateľ služby úmyselne alebo z nedbanlivosti poruší ustanovenia tohto nariadenia pri rovnakej alebo súvisiacej politickej reklame, musí byť možné celkovú výšku správnej pokuty dostatočne upraviť tak, aby sa zohľadnili všetky príslušné faktory; skutočnosť, že nariadenie bolo porušené vo viacerých ohľadoch, sa premietne do výšky celkovej pokuty v súlade so zásadou proporcionality.

6. Za porušenie povinností stanovených v článku 12 môžu dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 v rámci svojich právomocí ukladať správne pokuty v súlade s článkom 83 nariadenia (EÚ) 2016/679, a to do sumy uvedenej v článku 83 ods. 5 uvedeného nariadenia.

7. Za porušenie povinností stanovených v článku 12 môže dozorný orgán uvedený v článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 v rámci svojich právomocí ukladať správne pokuty v súlade s článkom 66 nariadenia (EÚ) 2018/1725, a to do sumy uvedenej v článku 66 ods. 3 uvedeného nariadenia.

Článok 17

Uverejnenie období volieb

Členské štáty uverejnia termíny svojich vnútroštátnych období volieb na ľahko dostupnom mieste spolu s vhodným odkazom na toto nariadenie.

KAPITOLA V – ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

Článok 18

Hodnotenie a preskúmanie

Komisia do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu a prvýkrát najneskôr do 31. decembra 2026 predloží správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. V uvedenej správe sa posúdi potreba zmeny tohto nariadenia. Táto správa sa zverejní.

Článok 19

Vykonávanie delegovania právomoci

1. Komisii sa udeľuje právomoc prijímať delegované akty za podmienok stanovených v tomto článku.
2. Právomoc prijímať delegované akty uvedené v článku 7 ods. 8 a článku 12 ods. 8 sa Komisii udeľuje na obdobie [do vyhodnotenia uplatňovania tohto nariadenia, dva roky po nasledujúcich voľbách do Európskeho parlamentu].
3. Delegovanie právomocí uvedené v článku 7 ods. 8 a v článku 12 ods. 8 môže Európsky parlament alebo Rada kedykoľvek odvolať. Rozhodnutím o odvolaní sa ukončuje delegovanie právomoci, ktoré sa v ňom uvádza. Rozhodnutie nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie* alebo k neskoršiemu dátumu, ktorý je v ňom určený. Nie je ním dotknutá platnosť delegovaných aktov, ktoré už nadobudli účinnosť.
4. Komisia oznamuje delegovaný akt hneď po jeho prijatí súčasne Európskemu parlamentu a Rade.
5. Delegovaný akt prijatý podľa článku 7 ods. 8 a článku 12 ods. 8 nadobudne účinnosť, len ak Európsky parlament alebo Rada voči nemu nevzniesli námietku v lehote dvoch mesiacov odo dňa oznámenia uvedeného aktu Európskemu parlamentu a Rade alebo ak pred uplynutím uvedenej lehoty Európsky parlament a Rada informovali Komisiu o svojom rozhodnutí nevzniesť námietku. Na podnet Európskeho parlamentu alebo Rady sa táto lehota predĺži o dva mesiace.

Článok 20

Nadobudnutie účinnosti a uplatňovanie

1. Toto nariadenie nadobúda účinnosť dvadsiatym dňom po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie*.
2. Uplatňuje sa od 1. apríla 2023.
3. Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V Bruseli

Za Európsky parlament
predseda

Za Radu
predseda