ЕВРОПЕЙСКА
КОМИСИЯ

Брюксел, 25.11.2021 г.
COM(2021) 731 final

2021/0381 (COD)

Предложение за

РЕГЛАМЕНТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА

относно прозрачността и таргетирането на политическото рекламиране

(текст от значение за ЕИП)

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

ОБЯСНИТЕЛЕН МЕМОРАНДУМ

1. КОНТЕКСТ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕТО

• Основания и цели на предложението

Настоящото предложение има за цел преди всичко да допринесе за правилното функциониране на **вътрешния пазар на политическо рекламиране** чрез определяне на хармонизирани правила за **високо равнище на прозрачност на политическото рекламиране и свързаните с него услуги**. Тези правила **ще се прилагат за доставчиците на услуги за политическо рекламиране**.

Предложението има за цел също така да защити физическите лица по отношение на обработването на лични данни, като определя правила относно използването на техники за **техники за таргетиране и усилено разпространение** в контекста на политическото рекламиране. Тези правила **ще се прилагат за всички администратори на лични данни — т.е. извън доставчиците на услуги за политическо рекламиране** — които използват такива техники за таргетиране и усилено разпространение.

Като се има предвид, че обикновено се предоставя срещу възнаграждение, рекламирането, включително политическото рекламиране, представлява дейност по предоставяне на услуги съгласно член 57 от Договора за функционирането на Европейския съюз („ДФЕС“). Това се отнася и за различните дейности, свързани с политическото рекламиране, включително изготвянето на съдържанието и кампаниите, позиционирането на рекламирането в дадено средство за разпространение и неговото публикуване и разпространение. В резултат на това физическите и юридическите лица от ЕС, които предоставят тези услуги през граница, се ползват от основните свободи, по-специално свободата на установяване и свободното движение на услуги, които са сред основните принципи на правния ред на ЕС. Трансграничното предоставяне на услуги предполага свободата да се предлагат и предоставят услуги в друга държава членка, различна от държавата членка на установяване. То също така включва свободата да се получават трансгранични услуги. Свободното движение на услуги обхваща не само случаите, при които доставчикът или получателят се придвижват през границите, но и случаите, при които услугата се предоставя през границите. Предоставянето на услуги за рекламиране е регламентирано по различни начини в отделните държави членки в зависимост от използваните медии за публикуване или разпространение на рекламата (напр. печатни, аудио-визуални, онлайн платформи и т.н.), и целите, преследвани от приложимите правила (напр. защита на потребителите). Услугите за политическо рекламиране са предмет на допълнителни специфични правила, налагащи задължения на спонсорите — по-специално на политическите участници — и на доставчиците на услуги.

Услугите за политическо рекламиране в ЕС се развиват. Цялостният растеж и особено силното увеличение на съответните онлайн услуги в условия на неравномерно прилагано и разпокъсано регулиране породи опасения, че в момента вътрешният пазар не е подготвен да предоставя политическо рекламиране при висок стандарт на прозрачност, за да се гарантира справедлив и открит демократичен процес във всички държави членки. Тези опасения във връзка с регулаторните пропуски и недостатъчната прозрачност вече подтикнаха някои държави членки да се намесят с мерки, а други

планират да се намесят, но действията на национално равнище не могат да запълнят пропуските в прилагането в трансграничен план.

Националното регулиране на политическото рекламиране налага задължения на доставчиците на услуги за политическо рекламиране, които обуславят наличието на политическо рекламиране и определят елементите на неговото съдържание, за да се осигури специална прозрачност. Тези национални правила имат за цел, наред с другото, да гарантират отчетността и цялостната организация на справедлив и открит политически процес, включително чрез подкрепа за наблюдението на спазването на съответните задължения от страна на политическите участници. Тези **национални правила са значително разпокъсани**, включително по отношение на съответните определения и естеството на задълженията.

Разпокъсаните определения за политическото рекламиране в държавите членки създават предизвикателства, когато става въпрос да се установи дали дадено рекламиране се определя като политическо. В обхвата и същността на задълженията за прозрачност, приложими за доставчиците на услуги, които предоставят свързани с политическо рекламиране услуги в рамките на държавите членки и между тях, съществуват значителни различия в зависимост от средствата и националните политически традиции, което води до разпокъсаност. Някои държави членки забраняват само анонимното политическо рекламиране, други изискват върху рекламата да бъде показвана конкретна информация относно финансирането или относно самоличността на спонсора, а някои държави членки имат изисквания относно обозначаването на политическите реклами или за ясно разграничаване между рекламирането и редакционното съдържание.

Технологичните промени — по-специално в онлайн средата, които осигуриха възможност за увеличение на броя на различните нови медии и методите на финансиране, изготвяне, позициониране, популяризиране, публикуване и разпространение на политическо рекламиране — **доведоха до усложнения по отношение на разпокъсаността и на проблемите, свързани с наблюдението и прилагането**. Понякога не е ясно дали изискванията, които могат да бъдат установени от общите правила, съдържащи се в избирателните закони, се прилагат за всички медии, включително в онлайн средата, което е източник на допълнителна правна несигурност за доставчиците на услуги за политическо рекламиране.

Тази разпокъсаност ще се увеличи с разработването от страна на държавите членки на нови правила, за да се отговори на необходимостта от гарантиране на прозрачност на политическите реклами, по-специално в контекста на технологичното развитие. Новите ad hoc национални правила вероятно ще увеличат разпокъсаността на съществените елементи на прозрачността, като например по отношение на информацията, която трябва да бъде публикувана, и нейния формат, както и на обхвата на прилагане на тези изисквания. Това вероятно ще доведе и до допълнително намаляване на правната сигурност както за доставчиците на услуги за политическо рекламиране, така и за спонсорите на рекламите.

Тази **разпокъсаност** на изискванията за прозрачност създава пречки пред предоставянето на услуги. Това **води до специфични разходи за привеждане в съответствие** за доставчиците на услуги, които трябва да инвестират в определянето на приложимите стандарти и адаптирането на рекламирането към различните юрисдикции, като същевременно е източник на правна несигурност относно изискванията за прозрачност, които се прилагат за политическото рекламиране. Тази

разпокъсаност също така **ограничава възможността** доставчиците на услуги, които биха могли да предлагат своите свързани с политическо рекламиране услуги в различни държави членки, да навлязат на пазара в други държави членки или да разработят нови услуги. По този начин тя **ограничава и възможностите за получателите на услуги** на вътрешния пазар, както и възможностите и избора във връзка с трансграничните кампании. Малките и средните предприятия (МСП) по-специално може да не разполагат с капацитет да се справят с определянето и адаптирането към всички различни национални изисквания и процедури. По време на консултацията, проведена при подготовката на настоящото предложение, доставчиците на услуги за политическо рекламиране изразиха опасения във връзка с тези пречки.

Това оказва въздействие и върху гражданите и компетентните органи, тъй като разпространителите на политическо рекламиране и свързаните доставчици на услуги могат да се намират в друга държава членка, различна от тази, в която се намират гражданите, които се сблъскват с политическото рекламиране, което води до специфични проблеми, свързани с надзора.

Бързите технологични промени, все по-разпокъсаният и проблемен регулаторен контекст, както и увеличаващите се суми, които се изразходват за политическо рекламиране, **показват необходимостта от действия** на равнището на ЕС, за да се гарантира свободното движение на услугите за политическо рекламиране в целия Съюз, като същевременно се гарантира висок стандарт на прозрачност, който прави изборните процеси в ЕС по-открити и справедливи.

Предложените мерки се основават на анализ на действащото или планираното законодателство на държавите членки в областта на политическото рекламиране.

В светлината на описания по-горе контекст настоящото предложение следва да предвижда хармонизирано изискване за прозрачност, приложимо за стопанските субекти, предоставящи политическо рекламиране и свързани с него услуги (т.е. дейности, които обикновено се предоставят срещу възнаграждение), по отношение на изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на политическо рекламиране, или по отношение на рекламирането, насочено към гражданите в дадена държава членка.

Настоящото предложение има за цел също така да защити физическите лица по отношение на обработването на лични данни чрез определяне на правила относно използването на таргетиране в контекста на разпространението на политическо рекламиране.

Личните данни, събрани пряко от гражданите или извлечени чрез тяхната онлайн дейност и поведенческо профилиране и друг анализ, **се използват за насочване на политически послания** към гражданите чрез насочване на рекламите към определени групи и **за разширяване на тяхното въздействие и разпространение** чрез адаптиране на съдържанието и неговото разпространение въз основа на характеристики, определени чрез обработването на тези лични данни и техния анализ. Установено е, че обработването на лични данни за такива цели, по-специално на данни, считани за чувствителни съгласно Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2018/1725, има **специфично отрицателно въздействие върху правата на гражданите**, включително върху свободата им на изразяване на мнение и на информация, върху правото да вземат политически решения и да упражняват правото си на глас. Някои държави членки също така са направили опит за намеса или обмислят такава по отношение на таргетирането.

В контекст, в който правилата за защита на физическите лица във връзка с обработването на техните лични данни и за свободното движение на тези данни са хармонизирани, е необходимо и целесъобразно да се предприемат действия на равнището на Съюза, за да се гарантира специална допълнителна защита на личните данни, когато те се използват в контекста на таргетирането на политическото рекламиране.

Поради това в настоящото предложение следва да се разгледа и използването на техники за таргетиране и усилено разпространение в контекста на публикуването, разпространението или популяризирането на политическо рекламиране, които включват обработването на лични данни от всички администратори на лични данни — т.е. извън доставчиците на услуги за политическо рекламиране.

Необходимостта от справяне с тези въпроси беше обявена в политическите насоки на председателя на Комисията и е в съответствие с Плана за действие за европейската демокрация[1], представен от Комисията през декември 2020 г. В плана за действие се признава необходимостта от по-голяма прозрачност в политическото рекламиране и комуникация, както и в свързаните с това търговски дейности, за да могат гражданите, гражданското общество и отговорните органи ясно да виждат източника и целта на това рекламиране.

Тези мерки трябва да бъдат въведени през 2023 г., за да влязат в сила преди изборите за Европейски парламент през 2024 г.

- **Съгласуваност с действащите разпоредби в тази област на политиката**

Настоящото предложение допълва предложението за Законодателния акт за цифровите услуги[2], който включва някои общи задължения за прозрачност за онлайн

---

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

2 https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12418-%D0%9F%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82-%D0%BE%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%B0%D0%BA%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8-ex-ante-%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD-%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%BD%D0%B0-%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B8-%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B8%D0%BD-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8-%D0%B4%D0%B5%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%89%D0%B8-%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BE-%D0%BF%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%87%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%B2%D1%85%D0%BE%D0%B4_bg и https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD-%D0%B0%D0%BA%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8-%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D1%8A%D0%BB%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D1%8A%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%88%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BF%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%80-%D0%B8-%D0%B8%D0%B7%D1%8F%D1%81%D0%BD%D1%8F%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%BE%D1%82%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8_bg

посредниците по отношение на прозрачността на онлайн рекламирането, и по-широката рамка на ЕС за пазара на цифрови услуги[3]. То ще обхваща както онлайн, така и офлайн дейностите. В сравнение със Законодателния акт за цифровите услуги с него се разширяват категориите информация, която трябва да бъде оповестявана в контекста на политическото рекламиране, както и обхвата на съответните доставчици на услуги. Въпреки че Законодателният акт за цифровите услуги налага изисквания за прозрачност на онлайн платформите, настоящата инициатива обхваща целия спектър от разпространители на политическо рекламиране, както и други съответни доставчици на услуги, участващи в изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на политическо рекламиране. Съществува взаимно допълване и полезни взаимодействия с изискването по Законодателния акт за цифровите услуги да се извършват оценки на системните рискове от страна на много големите онлайн платформи, произтичащи от функционирането и използването на системи за подбор и показване на реклами, с действителни или предвидими последици, свързани с изборните процеси.

Предложението е в съответствие с пакета относно изборите, представен през септември 2018 г., включително Препоръката относно мрежите за изборно сътрудничество, прозрачността онлайн, защитата от инциденти в сферата на киберсигурността и борбата с кампаниите за дезинформация[4], която насърчава сътрудничеството между компетентните органи на национално равнище и на равнището на Съюза с цел защита на изборите, и съдържа конкретни препоръки, насочени към насърчаване на прозрачността на политическата комуникация, както и насоките относно прилагането на правото на Съюза в областта на защитата на данните в подкрепа на спазването на Регламент (ЕС) 2016/679.

В контекста на политическото рекламиране за обработването на лични данни вече се прилагат Регламент (ЕС) 2016/679 и други правила на Съюза относно защитата на личните данни и неприкосновеността на съобщенията (включително Регламент (ЕС) 2018/1725 и Директива 2002/58/ЕО). Настоящото предложение за регламент доразвива и допълва разпоредбите, приложими за обработването на лични данни в контекста на политическото рекламиране, съдържащи се в Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2018/1725. В него се кодифицират елементи от насоките, предоставени от Европейския комитет по защита на данните, като се въвежда задължение в контекста на политическото рекламиране на субекта на данните да се предоставя определена информация (източник на данните и приложената логика)[5].

Той също така се основава на Кодекса на ЕС за поведение във връзка с дезинформацията, в който се определят ангажименти от страна на онлайн платформите по отношение на прозрачността на политическото рекламиране и тематично ориентираното рекламиране и който понастоящем се преразглежда от вече подписалите кодекса страни и тези, които се планира да го подпишат, в съответствие с Насоките на

[3] Тук се включват както необвързващи https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online, така и доброволни https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=42985.

[4] https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/api/files/C(2018)5949_0/de00000000160949?rendition=false

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

Комисията за укрепване на Кодекса за поведение[6]. Ангажиментите и действията, предприети съгласно Кодекса за поведение, следва да изградят мост към действащото законодателство с ръководени от сектора практически решения. След като настоящият законодателен акт бъде приет, подписалите кодекса страни следва да прилагат и допълват неговите правила и в рамките на Кодекса за поведение.

Доколкото тези задължения попадат в сферата на компетентност на регулаторните органи, определени в тези съществуващи рамки, те следва да бъдат наблюдавани и прилагани от същите органи и координирани между съответните съществуващи и планирани европейски структури за сътрудничество, включително Европейския комитет по защита на данните. Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите, създадена през 2018 г. и обединяваща звената за контакт на националните мрежи за изборите, които са съставени от различни органи с компетентност в съответната тематична област, следва да осигури рамка за подкрепа на засилената координация и обмена на най-добри практики между компетентните органи в контекста на политическото рекламиране.

- **Съгласуваност с други политики на Съюза**

Настоящото предложение е тясно свързано и с работата по другите инициативи в пакета за прозрачност и демокрация на работната програма на Комисията[7].

Планът за действие за европейската демокрация включва редица инициативи за защита на почтеността на изборите и насърчаване на демократичното участие. Той се основава, наред с другото, на натрупания опит в контекста на изпълнението на пакета относно изборите[8], представен от Комисията през 2018 г., и на работата на Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите.

Настоящото предложение също така допълва предложението за изменение на Регламент (ЕС) № 1141/2014 относно статута и финансирането на европейските политически партии и на европейските политически фондации. Изменението на посочения регламент, представено от Комисията, съдържа специфични правила, чиято цел е да се гарантира, че европейските политически партии спазват високи стандарти за прозрачност при разпространението на политически реклами.

И накрая, налице е полезно взаимодействие между настоящото предложение и усилията, ръководени от ЕС във външен план, в областта на наблюдението на избори (мисиите на ЕС за наблюдение на избори и последващите действия във връзка с тях). При мисиите за наблюдение на избори (МНИ) се оценява политическото рекламиране онлайн по време на предизборните кампании и могат да се препоръчват мерки за подобряване на регулаторната рамка по време на изборния процес. След това Европейският съюз консултира и подкрепя държавите партньори при изпълнението на тези препоръки, заедно с международните партньори. В контекста на Декларацията относно принципите за международно наблюдение на избори, одобрена от ООН, са разработени общи насоки за наблюдение на онлайн кампаниите.

---

6 Насоки на Европейската комисия за укрепване на Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията (COM(2021) 262 final) https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation.

7 https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:91ce5c0f-12b6-11eb-9a54-01aa75ed71a1.0019.02/DOC_2&format=PDF

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

2. ПРАВНО ОСНОВАНИЕ, СУБСИДИАРНОСТ И ПРОПОРЦИОНАЛНОСТ

• Правно основание

Правното основание на предложението е на първо място член 114 от Договора за функционирането на Европейския съюз (ДФЕС), в който се предвижда въвеждането на мерки, които да гарантират изграждането и функционирането на вътрешния пазар. Тази разпоредба дава възможност за мерки за сближаване на законовите, подзаконовите или административните разпоредби на държавите членки, които имат за цел изграждането или функционирането на вътрешния пазар. Това е подходящото правно основание за намеса, която обхваща доставчиците на услуги на вътрешния пазар и с която се преодоляват различията между разпоредбите на държавите членки, които възпрепятстват основните свободи и имат пряко въздействие върху функционирането на вътрешния пазар.

В националните законодателства съществуват и се развиват различия, като се има предвид, че някои държави членки са приели законодателство или възнамеряват да приемат законодателство относно изискванията за прозрачност, приложими към услугите за политическа реклама. Тази ситуация създава регулаторна разпокъсаност, доколкото правилата относно прозрачността на услугите за политическо рекламиране се различават по отношение на специфичните елементи на прозрачността, които те изискват (информацията, която трябва да бъде оповестена заедно със съответната реклама, и нейния формат), и техния обхват (видовете реклама, които се разглеждат като политическа, и обхванатите медии), и увеличава разходите за привеждане в съответствие за доставчиците на услуги, които извършват дейност на вътрешния пазар. Без действия на равнището на Съюза това положение ще бъде допълнително утежнено, ако някои държави членки приемат нови инициативи, а други държави членки не предприемат никакви мерки за прозрачността на услугите за политическо рекламиране. Поради това е необходима хармонизация на равнището на ЕС и подходящото правно основание за тази инициатива е член 114 от ДФЕС. Тази инициатива ще премахне някои съществуващи пречки, свързани с прозрачността, и действително ще подобри функционирането на вътрешния пазар. За функционирането на вътрешния пазар не е необходимо, нито пък е целесъобразно с оглед на компетентността на Съюза той да се намесва чрез национални правила, които ограничават наличието на услугите за политическо рекламиране до определени категории спонсори или периоди, или които ограничават финансирането или медиите, които могат да бъдат използвани. Тези правила са присъщи на националното избирателно право и не са част от функционирането на вътрешния пазар.

Освен това, като се има предвид, че настоящото предложение съдържа някои специфични правила относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни, по-специално ограничения на техниките за таргетиране, за които се счита, че оказват отрицателно въздействие върху правата, когато се използват в контекста на политическото рекламиране, е целесъобразно настоящият регламент, доколкото се отнася до тези специфични правила, да се основава на член 16 от ДФЕС.

• Субсидиарност (при неизключителна компетентност)

Според принципа на субсидиарност, заложен в член 5, параграф 3 от ДФЕС, действие на равнището на ЕС следва да бъде предприемано само когато заложените цели не могат да бъдат постигнати в достатъчна степен от държавите членки и следователно могат да бъдат постигнати по-добре от ЕС поради мащаба или въздействието на предложеното действие.

Няколко държави членки са приели законодателни актове или възнамеряват да приемат законодателство в областта на прозрачността на политическото рекламиране. Тъй като тези правила се различават по своя обхват, съдържание и въздействие, рамката от национални правила е разнородна и има опасност да стане по-разпокъсана. Това подкопава ефективното упражняване на свободата на установяване и свободата на предоставяне на услуги в Съюза.

Освен това трансграничният характер на някои от дейностите, включително в онлайн средата, създава значителни предизвикателства пред чисто националното регулиране в тази област. Слабо вероятно е чрез самостоятелни действия държавите членки да са в състояние ефективно да преодолеят установените проблеми. Освен това разграничението между чисто националните и потенциално трансграничните ситуации на практика е трудно.

Необходимостта от действия на ЕС беше доказана и от действията на някои доставчици на услуги за политическо рекламиране и на политическите участници, които ги използват. По време на последните европейски избори някои големи онлайн платформи предприеха стъпки за справяне с предизвикателството, свързано с правната несигурност и разпокъсаността на вътрешния пазар, довели до неговото раздробяване. Това се оказа важен въпрос за спонсорите на политическо рекламиране, т.е. за политическите партии, които се стремят да публикуват и разпространяват политическо рекламиране в целия ЕС.

Общите високи стандарти на ЕС за прозрачност за политическото рекламиране и свързаните с него услуги ще доведат до по-голяма правна сигурност, особено за доставчиците на услуги. Допълнителните разходи за привеждане в съответствие, свързани с трансграничното предоставяне на услуги, ще бъдат премахнати, а рискът от неспазване на изискванията ще бъде намален. Това от своя страна ще премахне стимула за доставчиците на услуги за политическо рекламиране да раздробяват вътрешния пазар, ще предостави нов стимул за предоставянето на трансгранични услуги и за разработването на нови услуги.

От друга страна, ефектите от всяко действие, предприето съгласно националното право, биха били ограничени до една-единствена държава членка и има опасност да бъдат заобиколени или трудни за надзор по отношение на доставчиците на услуги от други държави членки и може да влязат в противоречие със свободното движение в рамките на вътрешния пазар. Това също така няма да реши установените проблеми на равнището на ЕС и освен това може да засили последиците от разпокъсаността. Наличието на система на ЕС също така ще помогне на компетентните органи в техните надзорни функции, а на другите заинтересовани страни да изпълняват ролята си в демократичния процес, и ще повиши цялостната устойчивост на ЕС на манипулиране на информацията и намеса в изборните процеси, включително дезинформация.

Предложеният регламент не надхвърля необходимото и по-специално не разглежда други въпроси, свързани с политическото рекламиране, освен прозрачността и използването на техники за таргетиране. Той не засяга други аспекти, регулирани на национално равнище, като законосъобразността на съдържанието на политическата реклама и времевите периоди, през които рекламите са разрешени, нито естеството на участниците в демократичния процес.

Предложеният регламент не предвижда непременно създаването на допълнителни органи или структури на равнището на държавите членки. Той възлага надзора и

прилагането на неговите разпоредби на съответните компетентни национални органи, включително на тези, които имат определени задачи съгласно действащото свързано законодателство на Съюза. Следователно държавите членки могат да определят и да използват експертния опит на съществуващите секторни органи, на които ще бъдат предоставени и правомощия за наблюдение и прилагане на разпоредбите на настоящия регламент. Държавите членки ще носят отговорността да гарантират, че тези органи разполагат с необходимия капацитет да гарантират защитата на правата на гражданите в контекста на прозрачното политическо рекламиране.

Държавите членки ще разчитат на структура за сътрудничество, определена на равнището на Съюза. Те ще трябва да определят органите съгласно Регламент (ЕС) 2016/679, които да следят за спазването на разпоредбите относно таргетирането, установени с настоящия регламент. Европейският комитет по защита на данните и механизмът за съгласуваност, създаден съгласно посочения регламент, ще се прилагат по съответния начин.

Настоящият регламент ще помогне на националните компетентни органи да изпълняват своите задачи по-ефективно, особено по отношение на онлайн и трансграничното рекламиране, като изисква предоставянето на информация относно услугите за политическо рекламиране.

Сътрудничеството между компетентните органи за изпълнение на техните задачи ще бъде от съществено значение. Националните мрежи за изборите, създадени въз основа на Препоръка C(2018) 5949 final, предвиждат структура за такова сътрудничество между органите на национално равнище, като същевременно се зачита компетентността на всеки орган, който е част от тази мрежа.

Комисията ще подкрепя сътрудничеството между органите на равнището на Съюза, включително в рамките на Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите.

Това ще подкрепи възникването на европейски регулиран и иновативен пазар за услуги за политическо рекламиране, който се ползва с доверието на гражданите и подпомага целостта на демократичния процес.

- **Пропорционалност**

Що се отнася до пропорционалността, съдържанието и формата на предлаганото действие не надхвърлят необходимото за постигането на целта да се гарантира доброто функциониране на вътрешния пазар.

Предложението се основава на действащата и бъдещата правна рамка на ЕС, включително Регламент (ЕС) 2016/679 и Законодателния акт за цифровите услуги, и е пропорционално и необходимо за постигането на нейните цели. Предвидените мерки са необходими за преодоляване на разпокъсаността на съответната регулаторна рамка.

Пропорционалността на задълженията за прозрачност беше разгледана внимателно и намери отражение например в установяването на асиметрични задължения за различните видове доставчици на услуги за политическо рекламиране. Други варианти, като например забрана на предоставянето на трансгранични услуги за политическо рекламиране или на таргетирането за целите на политическото рекламиране във всички

случаи, бяха отхвърлени, тъй като изглеждаха непропорционални за постигане на целите, преследвани с настоящия регламент.

С предложението се установяват ограничени задължения за прозрачност за всички доставчици на услуги за политическо рекламиране, участващи в изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на политическо рекламиране, включително воденето на регистър за тяхното участие в конкретната политическа реклама. Рекламните разпространители, които контактуват пряко с гражданите, на свой ред трябва да спазват специфични задължения за прозрачност, включително изготвяне и публикуване на обявление за прозрачност за всяка публикувана реклама. МСП са освободени от периодично докладване относно политическото рекламиране и имат право да определят външно лице като звено за контакт за взаимодействие с компетентните национални органи. Комисията възнамерява да насърчава усилията за постигане на съответствие, произтичащи от настоящия регламент, като подкрепя обучението, повишаването на осведомеността и други мерки.

Разходите, направени от операторите, са пропорционални на постигнатите цели и на икономическите ползи и ползите за репутацията, които операторите могат да очакват от настоящото предложение. Премахването на пречките, произтичащи от правната несигурност и разпокъсаност, ще насърчи развитието на европейски сектор на услугите за политическо рекламиране въз основа на високи стандарти за прозрачност и ще даде възможност на съществуващите национални предприятия да се разрастват.

Ограниченията по отношение на таргетирането на политическо рекламиране са пропорционални, тъй като са строго ограничени по обхват до специфичните дейности по таргетиране в политическия контекст, за които е установено, че представляват значителен риск за основните права на физическите лица.

- **Избор на инструмент**

Член 114 и член 16 от ДФЕС предоставят на законодателя правомощието да приема регламенти и директиви.

Счита се, че регламентът е най-подходящият правен инструмент за определяне на рамката за прозрачност на политическото рекламиране в Съюза. Изборът на регламент като правен инструмент е оправдан от необходимостта от еднакво прилагане на новите правила, като например определението за политическо рекламиране и задълженията за прозрачност, които доставчиците на услуги за политическо рекламиране трябва да изпълняват при изготвянето или разпространението на политически реклами.

Пряката приложимост на регламента в съответствие с член 288 от ДФЕС ще намали правната разпокъсаност и ще осигури по-голяма правна сигурност чрез въвеждането на високи стандарти за прозрачност за политическото рекламиране, което ще осигури правна сигурност за съответните доставчици на услуги и ще предотврати различията, възпрепятстващи свободното предоставяне на съответните услуги в рамките на вътрешния пазар.

Въпреки това разпоредбите на предложения регламент не засягат националните компетентности за организиране на изборния процес и оставят възможност на сектора да установи стандарти, за да се осигури възможност за ефективно публикуване и

предаване на информация съгласно регламента, да се рационализира спазването и да се насърчават иновациите.

Що се отнася до формулирането на конкретни техники за таргетиране, използването на регламент е в съответствие с Регламент (ЕС) 2016/679, който сам по себе си е регламент.

3. РЕЗУЛТАТИ ОТ ПОСЛЕДВАЩИ ОЦЕНКИ, КОНСУЛТАЦИИ СЪС ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ И ОЦЕНКИ НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО

• Консултации със заинтересованите страни

Настоящото предложение е резултат от обширни консултации със заинтересованите страни, при които Комисията приложи общите принципи и минималните стандарти за консултации със заинтересованите страни.

Консултацията относно оценката на въздействието от етапа на създаване, публикувана на 26 януари 2021 г., осигури информация за определянето на проблема и вариантите на политиката. От 22 януари до 2 април 2021 г. се проведе открита обществена консултация. Откритата обществена консултация беше популяризирана чрез уебсайта на Комисията, както и чрез специфични мрежи.

Комисията организира срещи с ключови заинтересовани страни, за да събере допълнителни доказателства и данни за конкретните проблеми, обект на инициативата, както и за политическия подход и неговото въздействие. Освен това тя проведе целеви двустранни консултации и анализира множество становища и аналитични документи, получени по-специално в контекста на подготовката на инициативата. Подготовката на оценката на въздействието, залегнала в основата на инициативата, беше подкрепена от външно проучване. Изпълнителят проведе поредица от индивидуални консултации с ключови заинтересовани страни.

Като цяло е налице общо съгласие между заинтересованите страни относно необходимостта от действия на равнището на Съюза. Голяма част от заинтересованите страни са съгласни, че съществуват законодателни пропуски или че е необходимо ново законодателство. Ограничен брой заинтересовани страни изразиха опасения относно изборните въпроси като национален прерогатив.

Откритата обществена консултация показва, че мнозинството от **гражданите** считат, че разпространителите на политическо рекламиране следва да съхраняват определена основна информация от лицата, които поместват такива реклами.

Доставчиците на услуги за политическо рекламиране поискаха по-специално общо определение на ЕС, което да им позволи да определят коя реклама е политическа, както и общ подход за предвиждане на пропорционални изисквания за определяне на спонсорираната политическа реклама, включително по отношение на самоличността на спонсора на рекламата. Доставчиците посочиха несигурността и разходите, свързани с определянето и спазването на съответните задължения за прозрачност при предлагането на услуги за политическо рекламиране през граница или в множество държави членки.

Организациите на гражданското общество подкрепиха по-специално високата степен на прозрачност по отношение на политическата реклама, включително кои реклами се показват на кого, защо и кой е платил за тях. Те считат, че от тази гледна

точка незадължителните мерки не са достатъчни. Те също така поискаха въпросът за таргетирането да бъде разгледан отвъд аспектите на прозрачността.

Държавите членки приветстваха инициативата и изразиха съгласие с необходимостта от регулиране на политическото рекламиране на равнището на ЕС. Държавите членки подкрепиха и мерки, които ще подобрят достъпа на изследователите до повече информация относно политическото рекламиране. Държавите членки подчертаха наличието на пропуски в нормативната уредба и правоприлагането при трансгранично предоставяне на услуги за политическо рекламиране.

Европейските политически партии посочиха, че мерките за обозначаване, които помагат на гражданите да установят кога са изложени на политическа реклама, ще допринесат за укрепване на европейската демокрация. Те изразиха особена загриженост относно това как политиката, прилагана от някои много големи онлайн платформи по време на предишните избори за Европейски парламент, е оказала отрицателно въздействие върху техните дейности на равнището на ЕС/на трансгранично равнище.

- **Събиране и използване на експертни становища**

Комисията използва широк набор от експертни становища за изготвянето на настоящото предложение.

Съответната работа в Съвета (включително в компетентните работни групи) и в Европейския парламент (включително в комисиите по конституционни въпроси, правни въпроси; граждански свободи, вътрешен пазар и защита на потребителите, правосъдие и вътрешни работи и специалната комисия по въпросите на външната намеса) допринесоха значително за този процес.

В допълнение към откритата обществена консултация, описана по-горе, Комисията участва в няколко срещи със заинтересовани страни, като въпросите бяха съобразени с всяка категория.

На 18 март 2021 г. Комисията обсъди инициативата с експерти на държавите членки на специално заседание на системата за бързо предупреждение. На него присъстваха представители на държавите членки и на групата на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги. На 25 март 2021 г. бяха проведени още едни консултации с експерти от държавите членки в рамките на Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите. Информация беше получена и от приноса на държавите членки по време на предишните заседания на тази мрежа от 2019 г. насам, включително при изготвянето на обширно картографиране на съответните национални закони и процедури.

На последно място, проучването в подкрепа на оценката на въздействието включва преглед на литературни източници, който показва, че в академичните среди започва да се изгражда консенсус относно необходимостта от специална прозрачност за политическото рекламиране и контролни механизми за използването на лични данни във връзка с политическото рекламиране (по-специално онлайн).

В насоките от международни органи за определяне на стандарти като Съвета на Европа също се призовава за специална прозрачност на политическото рекламиране, включително по-специално относно спонсора и финансирането, а когато то е онлайн — относно механизма за предоставяне (напр. алгоритми, данни).

- **Оценка на въздействието**

В съответствие със своята политика за „по-добро регулиране“ Комисията извърши оценка на въздействието на настоящото предложение, разгледана от Комитета за регулаторен контрол на Комисията. На 29 септември 2021 г. беше проведена среща с Комитета за регулаторен контрол, последвана от положително становище с резерви. Оценката на въздействието беше допълнително преразгледана, за да се вземат предвид резервите на Комитета за регулаторен контрол.

Комисията разгледа различни варианти на политиката за постигане на общата цел на предложението, а именно да се гарантира правилното функциониране на единния пазар чрез определяне на правила за високо равнище на прозрачност за политическото рекламиране и свързаните с него услуги, както и правила относно използването на целеви групи в контекста на разпространението на политически реклами.

Бяха оценени два варианта на политика с различна степен на регулаторна намеса:

- Вариант 1: Ограничени мерки за насърчаване на прозрачността и за справяне с проблемите, свързани с таргетирането;
- Вариант 2: Мерки за хармонизиране на прозрачността и за справяне с проблемите, свързани с таргетирането. Този вариант включва два подварианта по отношение на таргетирането.

Съгласно утвърдената методология на Комисията всеки вариант на политика беше оценен спрямо въздействието върху икономиката, основните права и обществото. Предпочетени бяха вариант 2 и подвариант 2 за използването на таргетиране, тъй като те отговарят в най-голяма степен на общите цели на намесата и с тях би се установила съгласувана и пропорционална рамка за политическото рекламиране в ЕС.

Чрез изясняване и хармонизиране на правилата за съхраняване и предоставяне на информация при политическото рекламиране за целите на надзора и отчетността, това ще премахне основния фактор за разходите за привеждане в съответствие в много държави членки и трансграничното предоставяне на услуги. Освен това то би добавило правна предвидимост за посредническите услуги, действащи в няколко държави членки, което ще допринесе за доброто функциониране на вътрешния пазар. Това ще подобри и регулаторните резултати, като премахне обосновката за сегментирането на националния пазар, като по този начин ще увеличи възможностите за развитие на трансграничните услуги. Предимството, произтичащо от регулаторната разпокъсаност и ползвано от доставчиците на услуги за политическо рекламиране за онлайн рекламите в сравнение с офлайн медиите, ще намалее. Въздействието върху МСП е ограничено от специално адаптирано задължение за периодично докладване относно политическото рекламиране и правото да определят външно лице за контакт за взаимодействие с компетентните национални органи.

Мерките относно таргетирането ще бъдат насочени към проблемните техники за таргетиране, като същевременно се предвижда използването му по начин, който стимулира добрите практики.

Подвариант 2 предвиждаше условна забрана за таргетиране, но беше предвидено, че подвариантите могат да бъдат комбинирани. Беше преценено, че безусловната забрана за таргетиране на база специални категории лични данни е по-ефективна и поради това такава беше включена в настоящото предложение. Забраната за таргетиране на база

специални категории лични данни се ползва и с подкрепата на заинтересованите страни, с които бяха проведени консултации по време на изготвянето на оценката на въздействието.

Специално адаптираните ограничения биха ограничили наличието на услуги за таргетиране в контекста на разпространението на политическо рекламиране. Това ще бъде компенсирано от възможностите за доставчиците на услуги за политическо рекламиране, произтичащи от повишеното доверие сред гражданите и регулаторните органи в техниката и от по-голямата правна сигурност на съответствието при използването му в политическия контекст.

Хармонизираната прозрачност и специфичните ограничения ще намалят обхвата на проблемните тактики за таргетиране, като например неавтентичното разширяване на разпространението на някои реклами или тези, разкрити в скандала с *„Кеймбридж Аналитика“*. Тези мерки следва да повишат доверието в използването на политически реклами и в по-общ план в политическия дебат и почтеността на изборния процес. Това ще допринесе за по-голяма устойчивост на избирателната система на ЕС към манипулиране на информацията и намеса.

- **Пригодност и опростяване на законодателството**

Ползата от хармонизирането на правилата за прозрачност във връзка с политическото рекламиране по-специално е, че това ще доведе до правна сигурност в целия ЕС, ще премахне пределните разходи за привеждане в съответствие, свързани с трансграничното предоставяне на услуга, и ще намали риска от неспазване на изискванията. Очаква се всички доставчици на услуги за политическо рекламиране да постигнат ефективност на разходите при предлагането на услуги чрез обща рамка за политическо рекламиране.

МСП ще имат полза от предложените мерки, тъй като ще могат да предлагат своите услуги по-лесно на вътрешния пазар. Предложението съдържа специфични дерогации за МСП с цел намаляване на разходите им за привеждане в съответствие.

Предложението съдържа общ набор от правила, при които няма да се прави разлика между онлайн и офлайн средата и които ще решат проблемите, произтичащи от настоящата ситуация, при която съществуващите правила са адаптирани към офлайн дейностите, вследствие на което са налице пропуски и „вратички“. Регламентът ще гарантира, че изискванията за осигуряване на висока степен на прозрачност се прилагат за офлайн и онлайн средствата за разпространение на политически линии по един и същ начин.

- **Основни права**

Всички мерки, предвидени в настоящото предложение, имат положително въздействие върху основните права и не се очаква да окажат значително отрицателно въздействие върху тях.

Основните свободи и основните права могат да бъдат ограничавани само когато това е обосновано от преследването на законен обществен интерес и само при условие, че ограничението е пропорционално на преследваната цел. Гарантирането на прозрачност, справедливост и равни възможности в политическия изборен процес и основното право на информация по обективен, прозрачен и плуралистичен начин представляват императивно съображение от обществен интерес.

Настоящото предложение налага малко на брой ограничения на свободата на изразяване на мнение и свободата на информация (член 11 от Хартата на основните права на Европейския съюз), правото на личен живот (член 7) и правото на защита на личните данни (член 8). Тези ограничения са пропорционални и ограничени до необходимия минимум.

Що се отнася до свободата на изразяване, решението относно публикуването и разпространението на самите политически реклами и тяхното съдържание остава регламентирано въз основа на съответното национално право и правото на ЕС. Освен изискванията за прозрачност, инициативата не засяга съдържанието по същество на политическите послания. Въпреки че ограничаването на техниките за таргетиране би могло да окаже въздействие върху свободата на изразяване на мнение, това въздействие би било пропорционално, ако бъде ограничено по обхват и балансирано от положителното въздействие върху други основни права, включително свързаното с намаляването на възможността за манипулиране на демократичния дебат и на правото на информация по обективен, прозрачен и плуралистичен начин. Повишената прозрачност, условията и ограниченията относно таргетирането следва да благоприятстват правото на защита на данните и неприкосновеността на личния живот на лицата, към които е насочено такова рекламиране. Мерки, които биха определили дадено физическо лице като спонсор на политическа реклама и изразходваната сума и стойността на други ползи, получени частично или изцяло срещу реклама, оказват въздействие върху защитата на личните данни и трябва да бъдат пропорционални на преследваната цел на политиката: да се гарантира, че лицата, участващи в политическия дебат, използват политическото рекламиране по прозрачен начин. Въздействието върху тези права е оправдано от цялостния положителен ефект върху демокрацията и избирателните права.

В случаите, в които настоящата инициатива изисква много големите онлайн платформи да улесняват достъпа до данни от страна на заинтересованите страни, тези мерки не биха предвиждали дерогации от достиженията на правото на ЕС в областта на защитата на данните. Само подходящите данни следва да бъдат достъпни за заинтересованите страни, включително за провеждане на изследвания относно практиките, засягащи демократичния дебат и изборите или референдумите.

Настоящата инициатива ще подкрепи упражняването на избирателните права, както и свободните и честни избори и справедливия демократичен дебат, като улесни прозрачното трансгранично политическо рекламиране, като същевременно гарантира високо равнище на защита на правата, включително по отношение на защитата на личните данни, а също и способността на гражданите да вземат информирани политически решения без манипулация или принуда. Освен това ограниченията за практиките на таргетиране са съгласувани с избирателните права, защитени от международните стандарти, и имат положително въздействие върху тях.

И накрая, настоящото предложение ще подкрепи също така доставчиците на услуги за политическо рекламиране при упражняването на свободата им на стопанска инициатива съгласно член 16 от Хартата.

4. ОТРАЖЕНИЕ ВЪРХУ БЮДЖЕТА

Не се очаква настоящата инициатива да окаже въздействие върху бюджета.

5. ДРУГИ ЕЛЕМЕНТИ

- **Планове за изпълнение и механизми за мониторинг, оценка и докладване**

Комисията ще оценява изпълнението на инициативата след всяко провеждане на избори за Европейски парламент въз основа на конкретни данни, събрани от специализиран външен изпълнител. В срок от две години след всяко провеждане на избори за Европейски парламент Комисията следва да публикува доклад за оценка на изпълнението на настоящия регламент, включително аспектите, които излизат извън рамките на изборите за Европейски парламент.

- **Подробно обяснение на конкретните разпоредби на предложението (проверка на препратките)**

Глава I съдържа общите разпоредби, включително предмета и приложното поле (член 1), определенията на ключовите термини, използвани в регламента (член 2) и степента на хармонизация на тези мерки (член 3).

Глава II съдържа разпоредби относно задълженията за прозрачност, приложими към платеното политическо рекламиране. В нея се установяват мерки, приложими за всички доставчици на услуги за политическо рекламиране, участващи в изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването или разпространението на политическо рекламиране. По-специално в нея се предвижда прозрачност на политическото рекламиране (член 4), задължение за идентифициране на политическите реклами (член 5) и задължение за водене на регистър и предаване на информация на рекламните разпространители (член 6).

Освен това в посочената глава се установяват и задължения, приложими само за рекламните разпространители, в допълнение към задълженията по членове 4, 5 и 6. Във всяка реклама разпространители на рекламиране включват ясна декларация, че тя е от политически характер, като следва да посочват името на спонсора и да предоставят информация, за да се даде възможност да бъдат разбрани по-широкият контекст на политическата реклама и нейните цели (член 7). Рекламните разпространители публикуват ежегодно информация за размера или стойността на другите ползи, получени частично или изцяло в замяна на услугите, които са предоставили във връзка с политически реклами (член 8). Те въвеждат лесни за ползване механизми, за да могат гражданите да ги уведомяват за реклами, които не са в съответствие със задълженията, установени в настоящия регламент (член 9).

Доставчиците на услуги за политическо рекламиране предават съответната информация на компетентните органи (член 10) и на други заинтересовани субекти (член 11).

Глава III урежда използването на техники за таргетиране и усилено разпространение, включващи обработването на лични данни за целите на политическото рекламиране. Когато става въпрос за чувствителни данни, се прилага забрана, придружена от специфични изключения. Освен това администраторите на лични данни, които използват тези техники за целите на политическото рекламиране, приемат и прилагат вътрешна политика, водят регистър и предоставят информация, за да могат лицата да разберат приложената логика и основните параметри на таргетирането, както и използването на данни на трети страни и допълнителни аналитични техники (член 12). В член 12 се предвиждат допълнителни изисквания за разпространителите на рекламиране. Администраторите на лични данни, попадащи в обхвата на член 13, предприемат подходящи мерки, за да могат да предават информацията на заинтересованите субекти (член 13).

В глава IV се определят разпоредбите относно надзора и прилагането на настоящия регламент. В нея се предвижда задължение за доставчиците на услуги за политическо рекламиране, които не са установени в Съюза, да определят законен представител в една от държавите членки, в които предоставят услугите си (член 14); определя се кои органи са натоварени с надзора и прилагането на специфичните мерки, предвидени в настоящия регламент; изисква се от държавите членки да осигурят сътрудничество между съответните компетентни органи; съдържа се изискване за определяне на звена за контакт за целите на настоящия регламент и се възлага на държавите членки да предприемат подходящи мерки, за да гарантират обмена на информация помежду им (член 15). Държавите членки трябва да определят правила относно санкциите, приложими за нарушенията на задълженията, установени в настоящия регламент (член 16). В тази глава също така се установява задължение за държавите членки да публикуват датите на националните изборни периоди на леснодостъпно място (член 17).

В глава V се предвиждат допълнителни заключителни разпоредби, като например клаузата за оценка и преглед (член 18) и възможността за приемане на делегирани актове (член 19). На последно място, в последната разпоредба в тази глава се уточнява влизането в сила и датата на прилагане на регламента (член 20).

2021/0381 (COD)

Предложение за

РЕГЛАМЕНТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА

относно прозрачността и таргетирането на политическото рекламиране

(текст от значение за ЕИП)

ЕВРОПЕЙСКИЯТ ПАРЛАМЕНТ И СЪВЕТЪТ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ,

като взеха предвид Договора за функционирането на Европейския съюз, и по-специално членове 16 и 114 от него,

като взеха предвид предложението на Европейската комисия,

след предаване на проекта на законодателния акт на националните парламенти,

като взеха предвид становището на Европейския икономически и социален комитет[9],

като взеха предвид становището на Комитета на регионите[10],

в съответствие с обикновената законодателна процедура,

като имат предвид, че:

(1) Предлагането и търсенето на политическо рекламиране нарастват и все по-често придобиват трансграничен характер. Голям, разнообразен и нарастващ брой услуги са свързани с тази дейност, като например услугите, предлагани от консултанти по създаване на политически кампании, от рекламни агенции, от платформи за онлайн рекламни технологии, от дружества за връзки с обществеността, от инфлуенсъри, както и от различни анализатори на данни и доставчици на брокерски услуги. Политическото рекламиране може да приема много форми, включително платено съдържание, спонсорирани резултати от търсенето, платени таргетирани съобщения, показване на по-предни позиции при търсене, популяризиране на нещо или някого, чрез включването му в съдържание като продуктово позициониране, представяне от инфлуенсър и друг вид промотиране. Свързаните с това дейности могат да включват например разпространение на политическо рекламиране по искане на спонсор или публикуване на съдържание срещу заплащане.

(2) Политическото рекламиране може да се разпространява или публикува трансгранично чрез различни средства и медии. То може да се разпространява или публикува чрез традиционните необвързани с интернет (офлайн) медии като вестници, телевизия и радио, а все по-често и чрез онлайн платформи, уебсайтове, мобилни приложения, компютърни игри и други цифрови интерфейси. Последните не само са предпочитани за трансгранично предлагане, но и пораждат нови и трудни предизвикателства пред регулирането и правоприлагането. Използването на онлайн политическо рекламиране нараства

[9] ОВ С , , стр. .

[10] ОВ С , , стр. .

значително като някои линейни офлайн форми на политическо рекламиране, каквито са радиото и телевизията, се предлагат и онлайн под формата на услуги по заявка. Политическите рекламни кампании обикновено се организират така, че да се използват редица медии и похвати.

(3) Като се има предвид, че обикновено се предоставя срещу възнаграждение, рекламирането, включително политическото рекламиране, представлява дейност по предоставяне на услуги съгласно член 57 от Договора за функционирането на Европейския съюз („ДФЕС“). В приложената към Договора от Амстердам декларация № 22 относно хората с увреждания Конференцията на представителите на правителствата на държавите членки прие, че при разработването на мерки по член 114 от ДФЕС институциите на Съюза трябва да отчитат потребностите на хората с увреждания.

(4) Необходимостта да се гарантира прозрачност е легитимна обществена цел в съответствие с ценностите, споделяни от ЕС и неговите държави членки, съгласно член 2 от Договора за Европейския съюз (ДЕС). За гражданите невинаги е лесно да разпознават политическите реклами и да упражняват по информиран начин своите демократични права. Освен това е необходима и висока степен на прозрачност, за да се подкрепят справедливия и открит политически дебат и свободните и честни избори или референдуми и за да се противодейства на дезинформацията и незаконната намеса, включително от чужбина. Политическото рекламиране може да бъде отправна точка за разпространение на дезинформация особено ако не разкрива своя политически характер и своята насоченост. Прозрачността на политическото рекламиране помага на гласоподавателите да разберат по-добре, когато им е представена политическа реклама, от чие име се прави рекламата и защо нейният доставчик е избрал точно тях при таргетирането ѝ, като по този начин те получават по-добра възможност да направят информиран избор.

(5) В контекста на политическото рекламиране често се използват техники за таргетиране. Техниките за таргетиране или усилено разпространение следва да се разбират като техники, които се използват за насочване на конкретна политическа реклама само към определен човек или група хора, или за увеличаване на разпространението, обсега или видимостта на политическата реклама. Като се имат предвид правомощията и потенциалът за злоупотреба с лични данни при таргетирането, включително чрез микротаргетиране и други усъвършенствани техники, тези техники могат да представляват особена заплаха за легитимните обществени интереси като справедливост, равни възможности и прозрачност в изборния процес, както и за основното право на информиране по обективен, прозрачен и плуралистичен начин.

(6) Понастоящем политическото рекламиране се регулира по различен начин в държавите членки, които в много случаи насочват вниманието си предимно към традиционните медийни форми. Съществуват специфични ограничения, включително по отношение на трансграничното предоставяне на услуги за политическо рекламиране. Някои държави членки забраняват на доставчици на услуги от ЕС, установени в други държави членки, да предоставят услуги с политически характер или с политическа цел по време на изборни периоди. Същевременно в някои държави членки е възможно наличието на пропуски и „вратички“ в националното законодателство, което понякога води до разпространение на политическо рекламиране, несъответстващо на приложимите национални правила, а това поражда риск от подкопаване на

стремежа за регулиране на прозрачността по отношение на политическото рекламиране.

(7) С оглед осигуряване на по-голяма прозрачност на политическото рекламиране, включително в отговор на опасенията на гражданите, някои държави членки вече са проучили или обмислят допълнителни мерки в подкрепа на прозрачността на политическото рекламиране и в подкрепа на справедливия политически дебат и свободните и честни избори или референдуми. Тези национални мерки са по-конкретно предвидени за рекламиране, публикувано и разпространявано онлайн, и могат да включват допълнителни забрани. Тези мерки варират от незадължителни до обвързващи и предполагат различни елементи на прозрачност.

(8) Тази ситуация води до разпокъсаност на вътрешния пазар, намалява правната сигурност за доставчиците на услуги за политическо рекламиране, които изготвят, позиционират, публикуват или разпространяват политически реклами, създава пречки пред свободното движение на свързани с рекламирането услуги, нарушава конкуренцията на вътрешния пазар, включително между доставчиците на офлайн и онлайн услуги, и изисква сложни усилия за привеждане в съответствие, както и допълнителни разходи за съответните доставчици на услуги.

(9) В този контекст съществува вероятност тези условия да обезкуражат доставчиците на услуги за политическо рекламиране да предоставят своите услуги за политическо рекламиране при трансгранични ситуации. Това важи с особена сила за микропредприятията и МСП, които често не разполагат с необходимите ресурси, за да поемат или прехвърлят високите разходи за привеждане в съответствие, свързани с изготвянето, позиционирането, публикуването или разпространението на политическо рекламиране в повече от една държава членка. Това ограничава наличието на услуги и оказва отрицателно въздействие върху възможността доставчиците на услуги да въвеждат иновации и да предлагат мултимедийни и многонационални кампании в рамките на вътрешния пазар.

(10) Поради това при предоставянето на услуги за политическо рекламиране следва да се гарантира последователно и високо ниво на прозрачност на политическото рекламиране в целия Съюз, като същевременно е необходимо да се предотвратят различията, възпрепятстващи свободното движение на свързани услуги в рамките на вътрешния пазар, чрез определяне на еднакви задължения за прозрачност към доставчиците на услуги за политическо рекламиране, които да гарантират еднаква защита на правата на лицата, както и надзор в рамките на вътрешния пазар въз основа на член 114 от ДФЕС.

(11) Държавите членки не следва да запазват или въвеждат в националното си законодателство разпоредби, отклоняващи се от предвидените в настоящия регламент и по-конкретно такива, които са повече или по-малко строги и целят да гарантират различно ниво на прозрачност в политическото рекламиране. Пълното хармонизиране на изискванията за прозрачност, свързани с политическата реклама, повишава правната сигурност и намалява разпокъсаността на задълженията, които доставчиците на услуги изпълняват в контекста на политическото рекламиране.

(12) Пълното хармонизиране на изискванията за прозрачност не следва да засяга свободата на доставчиците на услуги за политическо рекламиране да

предоставят доброволно допълнителна информация относно политическото рекламиране като част от свободата на изразяване, защитена съгласно член 11 от Хартата на основните права.

(13) Настоящият регламент не следва да засяга съществото съдържание на политическото рекламиране, нито правилата, уреждащи неговото показване, включително т.нар. ден за размисъл преди изборите или референдумите.

(14) Регламентът следва да осигури хармонизирано изискване за прозрачност, приложимо за икономическите субекти, предоставящи политическо рекламиране и свързани с него услуги (т.е. дейности, които обикновено се предоставят срещу заплащане); тези услуги се състоят по-специално от изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на политическо рекламиране. Правилата на настоящия регламент, които предвиждат високо ниво на прозрачност на услугите за политическо рекламиране, се основават на член 114 от ДФЕС. Настоящият регламент следва също така да разгледа използването на техники за таргетиране и усилено разпространение в контекста на публикуването, разпространението или популяризирането на политическо рекламиране, когато тези техники включват обработването на лични данни. Правилата на настоящия регламент, които се отнасят до използването на таргетиране и усилено разпространение, се основават на член 16 от ДФЕС. Политическото рекламиране, насочено към физически лица в държава членка, следва да включва рекламиране, изцяло изготвено, позиционирано или публикувано от доставчици на услуги, установени извън Съюза, но разпространявано сред физически лица в Съюза. С оглед на определянето дали дадена политическа реклама е насочена към физически лица от конкретна държава членка, следва да се вземат предвид факторите, които я свързват с тази държава членка, включително езикът, контекстът, целта на рекламата и средствата за нейното разпространение.

(15) Понастоящем няма определение за политическо рекламиране или политическа реклама на равнището на Съюза. Необходимо е общо определение, за да се установи приложното поле на хармонизираните задължения за прозрачност и правилата за таргетиране и усилено разпространение. Това определение следва да включва множеството форми, които политическото рекламиране може да приеме, както и всички средства и начини на публикуване или разпространение в рамките на Съюза, независимо дали източникът се намира в неговите граници или в трета държава.

(16) Определението за политическо рекламиране следва да включва рекламиране, публикувано или разпространявано пряко или непряко от или публикувано или разпространявано пряко или непряко за или от името на политически участник. Тъй като рекламите на, за или от името на политически участник не могат да бъдат разграничени от неговата политическа дейност, може да се предположи, че те могат да повлияят на политическия дебат, с изключение на случаите, в които са с напълно частен или напълно търговски характер.

(17) Публикуването или разпространението от други участници на послание, което може да повлияе на резултата от избори или референдум, на законодателния или регулаторния процес или на поведението при гласуване, също следва да представлява политическо рекламиране. С цел да се определи дали публикуването или разпространението на послание може да повлияе на изборния резултат или на резултата от референдум, на законодателния или

регулаторния процес, или на поведението при гласуване, следва да се вземат предвид всички относими фактори, като съдържанието на посланието, езика, използван за предаването му, контекста, в който то се предава, целта му и начините, по които се публикува или разпространява. Посланията по обществени или спорни въпроси могат, според случая, да повлияят на изборния резултат или на резултата от референдум, на законодателния или регулаторния процес или на поведението при гласуване.

(18) Практическата информация от официални източници относно организацията и условията за участие в изборите или референдумите не следва да представлява политическо рекламиране.

(19) Политическите възгледи, изразени в предавания на линейни аудио-визуални медии или публикувани в печатни медии без пряко заплащане или равностойно възнаграждение, не следва да бъдат обхванати от настоящия регламент.

(20) За целите на настоящия регламент под избори следва да се разбират изборите за Европейски парламент, както и всички избори или референдуми, организирани на национално, регионално и местно равнище в държавите членки, както и изборите за определяне на ръководство на политическите партии. Настоящият регламент не следва да включва други форми на избори, като например частно организирани гласувания.

(21) Необходимо е политическата реклама да се определи като проява на политическо рекламиране. Рекламите включват средствата, чрез които рекламното съобщение се предава, включително в печатно издание, чрез радио- и телевизионни медии или чрез услуга на онлайн платформи.

(22) Политическите участници по смисъла на настоящия регламент следва да се позовават на понятия, определени в правото на Съюза, както и в националното право, в съответствие с международните правни инструменти, като например тези на Съвета на Европа. Понятието „политически партии“ следва да включва свързаните с тях дружества и дъщерните им образувания, създадени със или без юридическа правосубектност, за да ги подкрепят или да преследват целите им, например чрез взаимодействие с конкретна група гласоподаватели или за конкретна изборна цел.

(23) Понятието „политически участници“ следва да включва и длъжностни лица, които не са избрани, длъжностни лица, заемащи изборни длъжности, кандидати и членове на правителството на европейско, национално, регионално или местно равнище. Други политически организации също следва да бъдат включени в това определение.

(24) „Рекламна кампания“ следва да се отнася до изготвянето, публикуването и разпространението на поредица от свързани реклами в хода на договор за политическо рекламиране въз основа на общо изготвяне, спонсориране и финансиране. Тя следва да включва изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на дадена реклама или нейни разновидности в различни медии и по различно време в рамките на един и същ изборен цикъл.

(25) Определението за политическо рекламиране не следва да засяга националните определения за политическа партия, политически цели или периоди на кампании на национално равнище.

(26) С цел да се обхване широкия спектър от съответните доставчици на услуги, свързани с услугите за предоставяне на политическо рекламиране, всеки доставчик, участващ в изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на политическо рекламиране следва да бъде приеман за доставчик на услуги за политическо рекламиране.

(27) Понятието за услуги за политическо рекламиране не следва да включва послания, които се споделят в изцяло лично качество от отделни физически лица. Не следва да се счита, че физическите лица действат в изцяло лично качество, ако публикуват послания, чието разпространение или публикуване се заплаща от друго лице.

(28) Ако за дадена реклама се посочва, че е свързана с политическо рекламиране, това следва да бъде ясно посочено на другите доставчици на услуги в сферата на услугите за политическо рекламиране. Освен това, след като дадена реклама бъде идентифицирана като политическа, нейното по-нататъшно разпространение следва да продължи да отговаря на изискванията за прозрачност. Например, когато спонсорираното съдържание се споделя по органичен начин, рекламирането все пак следва да бъде обозначено като политическо рекламиране.

(29) Правилата за прозрачност, установени в настоящия регламент, следва да се прилагат само за услуги за политическо рекламиране, т.е. политическо рекламиране, което обикновено се предоставя срещу заплащане, което може да включва обезщетение в натура. Изискванията за прозрачност не следва да се прилагат за съдържание, качено от потребител на посредническа онлайн услуга, като например на онлайн платформа, и разпространявано от посредническата онлайн услуга без оглед на позиционирането, публикуването или разпространението на конкретното послание, освен ако потребителят не е получил възнаграждение от трета страна за политическата реклама.

(30) Изискванията за прозрачност също не следва да се прилагат при споделяне на информация чрез електронни комуникационни услуги като например услуги за електронни съобщения или чрез телефонни обаждания, при условие, че не е налице услуга за политическо рекламиране.

(31) Свободата на словото, защитена от член 11 от Хартата на основните права, обхваща правото на физическите лица да изразяват политическо мнение, да получават и съобщават политическа информация и да споделят политически идеи. Всяко тяхно ограничаване трябва да е в съответствие с член 52 от Хартата на основните права, като тази свобода може да подлежи на модулации и ограничения, когато те са оправдани от преследването на легитимен обществен интерес и са в съответствие с общите принципи на правото на ЕС, като например принципите на пропорционалност и правна сигурност. Такъв е по-специално случаят, в който политическите идеи се разпространяват чрез доставчици на рекламни услуги.

(32) По отношение на онлайн посредниците Регламент (ЕС) 2021/XX [Законодателен акт за цифровите услуги] се прилага за политическите реклами, публикувани или разпространявани от онлайн посредници чрез хоризонтални правила, приложими за всички видове онлайн рекламиране, включително търговски и политически реклами. Въз основа на определението за политическо рекламиране, установено в настоящия регламент, е подходящо да се дадат допълнителни подробности относно изискванията за прозрачност, засягащи

разпространителите на реклама, попадащи в обхвата на Регламент (ЕС) 2021/XX [Законодателен акт за цифровите услуги], по-специално много големите платформи. Това се отнася по-конкретно до информацията, свързана с финансирането на политически реклами. Изискванията на настоящия регламент не засягат разпоредбите на Законодателния акт за цифровите услуги, включително по отношение на задълженията за оценка и намаляване на риска, които имат много големите онлайн платформи по отношение на техните системи за рекламиране.

(33) Изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на политическо рекламиране може да включва сложна верига от доставчици на услуги. Такъв е по-специално случаят, когато подборът на рекламно съдържание, изборът на критерии за таргетиране, предоставянето на данни, използвани за таргетиране на дадена реклама, разпоредбите относно техниките за таргетиране, доставката на реклама и нейното разпространение могат да бъдат контролирани от различни доставчици на услуги. Например автоматизираните услуги могат да поддържат съпоставяне на профила на потребителя на интерфейса с предоставеното рекламно съдържание, като се използват лични данни, събрани пряко от ползвателя на услугата и от онлайн поведението на потребителите, както и логически извлечени данни.

(34) С оглед на това колко е важно да се гарантира най-вече ефективността на изискванията за прозрачност, включително за да се улесни надзорът им, доставчиците на услуги за политическо рекламиране следва да гарантират, че съответната информация, която събират при извършване на своите услуги, включително указанието, че рекламата е политическа, се предоставят на разпространителя на политическо рекламиране, който представя политическата реклама на обществеността. С цел да се подпомогне ефективното изпълнение на това изискване и своевременното и точно предоставяне на тази информация, доставчиците на услуги за политическо рекламиране следва да обмислят и подкрепят автоматизирането при предаване на информация сред доставчиците на услуги за политическо рекламиране.

(35) Когато при изкуствена търговска или договорна конструкция съществува риск от заобикаляне на ефективността на задълженията за прозрачност, предвидени в регламента, тези задължения се прилагат за субекта или субектите, които по същество предоставят рекламната услуга.

(36) Стъпките биха могли да включват и осигуряване на ефикасен механизъм, чрез който физическите лица да обозначават, че политическата реклама е политическа, и предприемане на ефективни действия в отговор на тези обозначения.

(37) Въпреки че се предвиждат специфични изисквания, никое от задълженията, заложени в този регламент, не следва да се разбира като налагане на общо задължение за наблюдение на доставчиците на посреднически услуги за политическо съдържание, споделяно от физически или юридически лица, нито като общо задължение на доставчиците на посреднически услуги да вземат проактивни мерки във връзка с незаконно съдържание или с дейности, които тези доставчици предават или съхраняват.

(38) Прозрачността на политическото рекламиране следва да даде възможност на гражданите да разберат, че са изправени пред политическа реклама. Разпространителите на политическо рекламиране трябва да гарантират, че в

публикациите, свързани с политическа реклама, ясно е посочено, че става въпрос за политическа реклама и е означена самоличността на спонсора. Когато е целесъобразно, името на спонсора може да включва политическо лого. Разпространителите на политическо рекламиране следва да използват обозначаване, което е ефективно, като се вземе предвид развитието на съответните научни изследвания и най-добри практики за осигуряване на прозрачност чрез обозначаване на рекламирането. Те следва също така да гарантират, че в публикациите във връзка с всяка политическа реклама, се съдържа информация, даваща възможност за разбиране на по-широкия контекст на политическата реклама и нейните цели, като това може да бъде част от самата реклама или да бъде предоставено от разпространителя на рекламата на неговия уебсайт, достъпен чрез интернет връзка или чрез сходен ясен и лесен за употреба похват, включен в рекламата.

(39) Тази информация следва да бъде предоставена в обявление за прозрачност, което следва да включва и самоличността на спонсора, за да се подкрепи отчетността в политическия процес. Мястото на установяване на спонсора и това дали той е физическо или юридическо лице следва да бъде ясно посочено. Личните данни на лица, участващи в политическо рекламиране, които нямат връзка със спонсор или друг свързан политически участник, не следва да се посочват в обявлението за прозрачност. Обявлението за прозрачност следва също така да съдържа информация относно периода на разпространение, всички свързани избори, изразходваната сума и стойността на други парични ползи, получени частично или изцяло за конкретната реклама, както и за цялата рекламна кампания, източника на използваните средства и друга информация, за да се гарантира справедливостта на разпространението на политическата реклама. Информацията за източника на използваните средства се отнася например до техния публичен или частен произход, както и до факта, че те произхождат от територията на Европейския съюз или извън него. Информацията относно свързани избори или референдуми следва да включва, когато е възможно, връзка към информация от официални източници относно организирането и условията за участие или за насърчаване на участие в тези избори или референдуми. Освен това в обявлението за прозрачност следва да бъде включена информация за това как да се обозначават политически реклами в съответствие с процедурата, установена в настоящия регламент. Това изискване не следва да засяга разпоредбите относно уведомяването съгласно членове 14, 15 и 19 от Регламент (ЕС) 2021/XXX [Законодателен акт за цифровите услуги].

(40) Информацията, която трябва да бъде включена в обявлението за прозрачност, следва да бъде предоставена в самата реклама или да бъде леснодостъпна въз основа на указание, посочено в нея. Изискването информацията относно обявлението за прозрачност да бъде ясно видима, наред с другото, следва да означава, че тя присъства ясно във или по време на рекламата. Изискването информацията, публикувана в обявлението за прозрачност, да бъде леснодостъпна, машинночетима, когато това е технически възможно, и лесна за ползване, следва да означава, че тя отговаря на нуждите на хората с увреждания. Приложение I към Директива 2019/882 (Европейски закон за достъпността) съдържа изискванията за достъпността на информацията, включително цифровата информация, които следва да се използват, за да стане политическата информация достъпна за хората с увреждания.

(41) Обявленията за прозрачност следва да бъдат изготвяни така, че да повишават осведомеността на потребителите и да спомагат за ясното идентифициране на политическата реклама като такава. Те следва да бъдат изготвяни така, че да остават на място или да остават достъпни, в случай че политическа реклама се разпространява допълнително, например като се публикува на друга платформа или се препраща между отделни лица. Информацията, включена в обявлението за прозрачност, следва да се публикува, когато започне публикуването на политическите реклами, и да се запазва за срок от една година след последното публикуване. Запазената информация следва да включва и информация относно политическо рекламиране, което е било прекратено или премахнато от разпространителя.

(42) Тъй като разпространителите на политическо рекламиране предоставят на обществеността политически реклами, те следва да публикуват или разпространяват тази информация сред обществеността заедно с политическата реклама. Разпространителите на политическо рекламиране не следва да дават публичност на политическите реклами, които не отговарят на изискванията за прозрачност съгласно настоящия регламент. Освен това разпространителите на политическо рекламиране, които по смисъла на Регламент (ЕС) 2021/XXX [Законодателен акт за цифровите услуги] са много големи онлайн платформи, следва да предоставят информацията, която се съдържа в обявлението за прозрачност, чрез хранилищата на реклами, публикувани съгласно член 30 от същия регламент [Законодателен акт за цифровите услуги] Това ще улесни работата на заинтересованите участници, включително изследователите в тяхната специфична роля, в подкрепа на свободни и честни избори или референдуми и справедливи предизборни кампании, включително чрез наблюдение на спонсорите на политическа реклама и анализиране на политическата рекламна среда.

(43) Когато доставчикът на услуга за политическо рекламиране, който хоства или съхранява по друг начин съдържанието на политическата реклама, е различен от доставчика на услуга за политическо рекламиране, който управлява уебсайта или друг вид интерфейс, на който в крайна сметка се показва политическата реклама, тези доставчици следва да се разглеждат като разпространители на реклама, носещи съответната отговорност по отношение на конкретната предоставяна от тях услуга, за да се гарантира извършването на обозначаване, както и че обявлението за прозрачност и необходимата информация са на разположение. Техните договорни споразумения следва да отразяват начина, по който организират спазването на настоящия регламент.

(44) Информацията относно изразходваните суми и стойността на други ползи, получени частично или изцяло за услуги за политическо рекламиране, може да допринесе за политическия дебат. Необходимо е да се гарантира, че годишните отчети, изготвяни от съответните разпространители на политическо рекламиране, дават подходяща обща представа за политическата рекламна дейност. С оглед подпомагане на надзора и отчетността това докладване следва да включва информация относно разходите за таргетиране на политическото рекламиране през съответния период, обобщени по кампании или кандидати. С цел да се избегне налагането на прекомерна тежест, тези задължения за докладване за прозрачност не следва да се прилагат за предприятията, които отговарят на условията по член 3, параграф 3 от Директива 2013/34/ЕС.

(45) Разпространителите на политическо рекламиране, предоставящи услуги за политическо рекламиране, следва да въведат механизми, чрез които физически лица да могат да им съобщават за наличие на публикувана от тях политическа реклама, несъответстваща на настоящия регламент. Механизмите за съобщаване на такава реклама следва да бъдат лесни за достъп и използване и адаптирани към разпространяваната форма на рекламиране. Доколкото е възможно, тези механизми следва да бъдат достъпни от самата реклама, например на уебсайта на разпространителя на реклама. Разпространителите на политическо рекламиране следва да могат да разчитат на съществуващи механизми, когато това е целесъобразно. Когато разпространителите на политическо рекламиране са доставчици на онлайн хостинг услуги по смисъла на Законодателния акт за цифровите услуги и когато хостват политически реклами по искане на получателите на техните услуги, продължават да се прилагат разпоредбите на член 14 от Законодателния акт за цифровите услуги за уведомления относно несъответствието на такива реклами с настоящия регламент.

(46) С цел да се предостави възможност на конкретни лица да изпълняват своята роля в демокрациите, е целесъобразно да се определят правилата за предаването на информация, публикувана с политическата реклама или съдържаща се в обявлението за прозрачност, на заинтересовани участници, като например доказани изследователи, журналисти, организации на гражданското общество и акредитирани наблюдатели на избори, с оглед подпомагане изпълнението на съответните им роли в демократичния процес. От доставчиците на услуги за политическо рекламиране не следва да се изисква да отговарят на искания, които са явно неоснователни или прекомерни. Освен това на съответния доставчик на услуги следва да бъде разрешено да начислява разумна такса в случай на повтарящи се и скъпи искания, като се вземат предвид административните разходи за предоставяне на информацията.

(47) Личните данни, събрани пряко от физически лица или непряко, като например логически извлечените данни, чрез групиране на лица според техните предполагаеми интереси или въз основа на тяхната онлайн дейност, поведенческо профилиране и други техники за анализ, все по-често се използват за насочване на политически послания към конкретни групи, гласоподаватели или физически лица, както и за увеличаване на въздействието на тези послания. Въз основа на обработването на лични данни, по-специално на данни, считани за чувствителни съгласно Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета[11] и Регламент (ЕС) 2018/1725 на Европейския парламент и на Съвета[12], различните групи гласоподаватели или физически лица могат да бъдат сегментирани и техните характеристики или уязвими места — използвани, например чрез разпространение на рекламите в конкретни моменти и на конкретни места с цел възползване от случаите, в които лицата биха били

[11] Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27 април 2016 г. относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (Общ регламент относно защитата на данните) (ОВ L 119, 4.5.2016 г, стр. 1).

[12] Регламент (ЕС) 2018/1725 на Европейския парламент и на Съвета от 23 октомври 2018 г. относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни от институциите, органите, службите и агенциите на Съюза и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Регламент (ЕО) № 45/2001 и Решение № 1247/2002/ЕО (ОВ L 295, 22.11.2018 г., стр. 39).

чувствителни към определен вид информация/послание. Това има конкретни и пагубни последици за основните права и свободи на гражданите по отношение на обработването на личните им данни и свободата им да получават обективна информация, да формират своето мнение, да вземат политически решения и да упражняват правото си на глас. Това оказва отрицателно въздействие върху демократичния процес. Следва да бъдат предвидени допълнителни ограничения и условия в сравнение с Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2018/1725. Условията, определени в настоящия регламент относно използването на техники за таргетиране и усилено разпространение, включващи обработването на лични данни в контекста на политическото рекламиране, следва да се основават на член 16 от ДФЕС.

(48) Поради това техниките за таргетиране и усилено разпространение в контекста на политическото рекламиране, включващи обработването на данни, посочени в член 9, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2016/679 и член 10, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2018/1725, следва да бъдат забранени. Използването на такива техники следва да бъде разрешено само когато се извършва от администратора или от лице, действащо от негово име, въз основа на изричното съгласие на субекта на данните или в хода на законните му дейности при подходящи гаранции от фондация, сдружение или друга организация с нестопанска цел, с политическа, философска, религиозна или профсъюзна цел и при условие че обработването се отнася единствено до настоящи или бивши членове на тази структура или до лица, които поддържат редовни контакти с нея във връзка с нейните цели, и че личните данни не се разкриват извън тази структура без съгласието на субектите на данни. Това следва да бъде придружено от конкретни предпазни мерки. Съгласието следва да се разбира като съгласие по смисъла на Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2018/1725. Поради това не следва да е възможно да се използват изключенията, предвидени съответно в член 9, параграф 2, букви б), в), д), е), ж), з), и) и й) от Регламент (ЕС) 2016/679 и член 10, параграф 2, букви б), в), д), е), ж), з), и) и й) от Регламент (ЕС) 2018/1725, за използването на техники за таргетиране и усилено разпространение с цел публикуване, насърчаване или разпространение на политическо рекламиране, свързани с обработването на лични данни, посочени в член 9, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2016/679 и член 10, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2018/1725.

(49) С цел да се гарантира по-голяма прозрачност и отчетност при използване на техниките за таргетиране и усилено разпространение в контекста на политическото рекламиране, включващи обработването на лични данни, администраторите следва да прилагат допълнителни предпазни мерки. Те следва да приемат и прилагат политика, в която се описва използването на такива техники за насочване на реклами към отделни лица или за усилване на въздействието на съдържанието им, и да водят регистър за техните съответни дейности. Когато публикуват, популяризират или разпространяват политическа реклама, при която се използват техники за таргетиране и усилено разпространение, администраторите следва да предоставят, заедно с политическата реклама, съдържателна информация, която да позволи на съответното лице да разбере логиката и основните параметри на приложеното таргетиране, както и използването на данни на трети страни и допълнителните аналитични техники, включително информацията за това дали таргетирането на рекламата е било допълнително оптимизирано по време на предоставянето.

(50) Разпространителите на политическо рекламиране, които използват техники за таргетиране или усилено разпространение, следва да включват в своето обявление за прозрачност информацията, необходима на съответното лице да разбере логиката и основните параметри на използваната техника, както и използването на данни на трети страни и допълнително приложените аналитични техники заедно с връзка към съответната политика на администратора. В случай че администраторът е различен от разпространителя на рекламиране, администраторът следва да предаде на разпространителя вътрешната политика или препратка към нея. Доставчиците на рекламни услуги следва при необходимост да предадат на разпространителя на политическо рекламиране информацията, необходима за изпълнение на задълженията му по настоящия регламент. Предоставянето на такава информация може да бъде автоматизирано и интегрирано в обичайните бизнес процеси въз основа на стандарти.

(51) С цел да се предоставят допълнителни правомощия на физическите лица да упражняват правата си за неприкосновеност на данните, разпространителите на политическо рекламиране следва да предоставят допълнителна информация и ефективни инструменти на съответния субект на данни, за да подкрепят упражняването на правата му съгласно правната рамка на ЕС за защита на данните, включително правото му да възрази или оттегли съгласието си, когато е обект на политическа реклама. Тази информация следва да бъде лесно достъпна директно от обявлението за прозрачност. Инструментите, предоставени на физическите лица в подкрепа на упражняването на техните права, следва да бъдат ефективни, за да се предотврати насочването на политически реклами към дадено физическо лице, както и таргетирането въз основа на специфични критерии и от един или няколко конкретни администратори.

(52) Комисията следва да насърчава изготвянето на кодекси за поведение в подкрепа на упражняването на правата на субектите на данни в този контекст, както е посочено в член 40 от Регламент (ЕС) 2016/679.

(53) Информацията, която се предоставя в съответствие с всички изисквания, приложими за използването на техники за таргетиране и усилено разпространение съгласно настоящия регламент, следва да бъде представена във формат, който е лесно достъпен, ясно видим и лесен за използване, включително чрез използването на обикновен език.

(54) Целесъобразно е да се определят правилата за предаването на информация относно таргетирането на други заинтересовани субекти. Приложимият режим следва да бъде в съответствие с режима за предаване на информация, свързан с изискванията за прозрачност.

(55) Доставчиците на услуги за политическо рекламиране, установени в трета държава, които предлагат услуги в рамките на Съюза, следва да определят упълномощен законен представител в Съюза, за да се даде възможност за осъществяване на ефективен надзор на настоящия регламент по отношение на тези доставчици. Законният представител може да бъде представителят, определен въз основа на член 27 от Регламент (ЕС) 2016/679, или представителят, определен въз основа на член 11 от Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги].

(56) В интерес на ефективния надзор на настоящия регламент е необходимо надзорните органи да получат правомощия за наблюдение и прилагане на

съответните разпоредби. В зависимост от правната система на всяка държава членка и в съответствие със съществуващото право на Съюза, включително Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги], за тази цел могат да бъдат определени различни национални съдебни или административни органи.

(57) По отношение на надзора на доставчиците на посреднически онлайн услуги, съгласно настоящия регламент държавите членки следва да определят компетентни органи и да гарантират, че този надзор е съгласуван с компетентните органи, определени съгласно член 38 от Регламент (ЕС) [Законодателен акт за цифровите услуги]. Съгласно Регламент (ЕС) [Законодателен акт за цифровите услуги] координаторите на цифрови услуги във всяка държава членка и във всички случаи следва да отговарят за осигуряването на координация на национално равнище по тези въпроси и при необходимост да се ангажират с трансгранично сътрудничество с други координатори на цифрови услуги съгласно механизмите, предвидени в Регламент (ЕС) [Законодателен акт за цифровите услуги]. В рамките на прилагането на настоящия регламент този механизъм следва да бъде ограничен до национално сътрудничество между координаторите на цифрови услуги [и не следва да включва ескалация на равнището на Съюза, както е предвидено в Регламент (ЕС) [Законодателен акт за цифровите услуги].

(58) За надзора върху аспектите на настоящия регламент, които не попадат в компетентността на надзорните органи съгласно Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2018/725, държавите членки следва да определят компетентни органи. С цел да се подкрепи зачитането на основните права и свободи, принципите на правовата държава, демократичните принципи и общественото доверие в надзора на политическото рекламиране, е необходимо тези органи да бъдат структурно независими от външна намеса или политически натиск и да разполагат с подходящи правомощия за ефективно наблюдение и предприемане на необходимите мерки, за да се гарантира спазването на настоящия регламент, по-специално на задълженията, посочени в член 7. Държавите членки могат да определят по-специално националните регулаторни органи или служби съгласно член 30 от Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета.[13]

(59) Когато съгласно правилата на Съюза вече съществуват разпоредби относно предоставяне на информация на компетентните органи и сътрудничество със и между тези органи, като например член 9 от Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги] или тези, съдържащи се в Регламент (ЕС) 2016/679, тези разпоредби следва да се прилагат с необходимите изменения към съответните разпоредби на настоящия регламент.

(60) Органите, компетентни за надзора на настоящия регламент, следва да си сътрудничат както на национално равнище, така и на равнището на ЕС, като използват по най-добрия начин съществуващите структури, включително националните мрежи за сътрудничество, Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите, посочена в Препоръка C(2018) 5949 final, и Групата на

[13] Директива 2010/13/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 март 2010 г. за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки, отнасящи се до предоставянето на аудиовизуални медийни услуги (Директива за аудио-визуалните медийни услуги) (ОВ L 95, 15.4.2010 г., стр. 1).

европейските регулатори за аудио-визуални медийни услуги, създадена съгласно Директива 2010/13/ЕС. Това сътрудничество следва да улесни бързия и сигурен обмен на информация по въпроси, свързани с изпълнението на техните задачи по надзора и правоприлагането съгласно настоящия регламент, включително чрез съвместно установяване на нарушения, обмен на констатации и експертен опит и поддържане на връзка относно прилагането и изпълнението на съответните разпоредби.

(61) С цел да се улесни ефективното прилагане на задълженията, определени в регламента, е необходимо националните органи да бъдат оправомощени да изискват от доставчиците на услуги съответната информация относно прозрачността на политическата реклама. Информацията, която следва да се предава на компетентните органи, може да се отнася до рекламна кампания, да бъде обобщена по години или да се отнася до специфични реклами. С цел да се гарантира, че исканията за такава информация могат да бъдат изпълнени по ефективен и ефикасен начин и същевременно, че доставчиците на услуги за политическо рекламиране не са обект на прекомерна тежест, е необходимо да се определят конкретни условия, на които тези искания следва да отговарят. В интерес на навременния надзор на изборния процес доставчиците на услуги за политическо рекламиране следва бързо да отговарят на исканията на компетентните органи и винаги в рамките на 10 работни дни след получаване на мярката. В интерес на правната сигурност и в съответствие с правото на защита исканията за предоставяне на информация от компетентен орган следва да съдържат подходящо изложение на мотивите и информация относно наличните средства за правна защита. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране следва да определят звена за контакт с цел взаимодействие с компетентните органи. Тези звена за контакт могат да бъдат електронни.

(62) За целите на настоящия регламент държавите членки следва да определят звено за контакт на равнището на Съюза. Ако е възможно, звеното за контакт следва да бъде член на Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите. Звеното за контакт следва да улеснява сътрудничеството сред компетентните органи между държавите членки при изпълнението на техните задачи, свързани с надзора и прилагането, по-специално чрез посредничество със звената за контакт в други държави членки и с компетентните органи в неговата държава.

(63) Органите на държавите членки следва да гарантират, че нарушенията на задълженията, предвидени в настоящия регламент, се наказват с административни глоби или финансови санкции. При това те следва да вземат предвид естеството, тежестта, повторяемостта и продължителността на нарушението с оглед на съответния обществен интерес, обхвата и вида на извършваните дейности, както и икономическите възможности на нарушителя. В този контекст следва да се вземе предвид ключовата роля на предвидените в член 7 задължения за ефективно преследване на целите на настоящия регламент. Освен това следва да се вземе предвид дали съответният доставчик на услуги системно или периодично не изпълнява задълженията си, произтичащи от настоящия регламент, включително чрез забавяне на предоставянето на информация на заинтересованите субекти, както и, когато е уместно, дали доставчикът на услуги за политическо рекламиране извършва дейност в няколко държави членки. Финансовите санкции и административните глоби във всеки отделен случай са ефективни, пропорционални и възпиращи, като надлежно се вземат предвид предоставянето на достатъчни и достъпни процедурни гаранции,

и по-специално, за да се гарантира, че политическият дебат остава открит и достъпен.

(64) Упражняването от компетентните органи на правомощията им съгласно настоящия регламент следва да подлежи на подходящи процесуални гаранции в съответствие с правото на Съюза и националното право, включително ефективна съдебна защита и справедлив съдебен процес.

(65) Държавите членки следва да публикуват точната продължителност на своите изборни периоди, установена в съответствие с техните избирателни традиции, достатъчно време преди началото на изборния календар.

(66) С цел да се изпълнят на целите на настоящия регламент на Комисията следва да бъде делегирано правомощието да приема актове в съответствие с член 290 от Договора по отношение на член 7, параграф 7 за допълнително уточняване на формата, под която следва да се предвидят изискванията за предоставяне на информация в обявленията за прозрачност съгласно посочения член; и по отношение на член 12, параграф 8 за допълнително уточняване на формата, в която следва да се предоставят изискванията за предоставяне на информация относно таргетирането. От особена важност е Комисията да проведе подходящи консултации, включително с експерти, определени от всяка държава членка, и тези консултации да се водят в съответствие с принципите, заложени в Междуинституционалното споразумение за по-добро законотворчество от 13 април 2016 г. По-специално, с цел осигуряване на равно участие при подготовката на делегираните актове, Европейският парламент и Съветът получават всички документи едновременно с експертите от държавите членки, като техните експерти получават систематично достъп до заседанията на експертните групи на Комисията, занимаващи се с подготовката на делегираните актове.

(67) В срок от две години след всяко избиране на Европейски парламент Комисията следва да представи публичен доклад относно оценката и прегледа на настоящия регламент. При изготвянето на този доклад Комисията следва също така да вземе предвид прилагането на настоящия регламент в контекста на други избори и референдуми, които се провеждат в Съюза. В доклада следва да се направи преглед, наред с другото, на пригодността на разпоредбите на приложенията към настоящия регламент и да се разгледа необходимостта от тяхното преразглеждане.

(68) В Регламент (ЕС) 1141/2014 относно статута и финансирането на европейските политически партии и на европейските политически фондации са предвидени допълнителни задължения за използването на политическо рекламиране от страна на европейските политически партии.

(69) Тъй като целите на настоящия регламент, а именно приносът към правилното функциониране на вътрешния пазар на политическо рекламиране и свързаните с него услуги и установяването на правила за използването на таргетиране в контекста на публикуването и разпространението на политическо рекламиране, не могат да бъдат постигнати в достатъчна степен от държавите членки и следователно могат да бъдат постигнати по-добре на равнището на Съюза, Съюзът може да приеме настоящия регламент в съответствие с принципа на субсидиарност, уреден в член 5 от ДЕС. В съответствие с принципа на пропорционалност, уреден в същия член, настоящият регламент не надхвърля необходимото за постигането на тези цели.

(70) Настоящият регламент не засяга правилата, установени по-специално от Директива 2000/31/ЕО, включително правилата относно отговорността на доставчиците на посреднически услуги в членове 12—15 от посочената директива, изменена с Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги], Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите пазари], Директива 2002/58/ЕО и Регламент (ЕС) XXX [Регламент за неприкосновеността на личния живот и електронните съобщения], както и Директива (ЕС) 2010/13, Директива 2000/31/ЕО, Директива 2002/58/ЕО, Директива 2005/29/ЕО, Директива 2011/83/ЕС, Директива 2006/114/ЕО, Директива 2006/123/ЕО и Регламент (ЕС) 2019/1150.

(71) В съответствие с член 42, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2018/1725 беше проведена консултация с Европейския надзорен орган по защита на данните, който представи становище на XX.XX.2022 г.

ПРИЕХА НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

ГЛАВА I — ОБЩИ РАЗПОРЕДБИ

Член 1

Предмет и приложно поле

1. С настоящия регламент се определят:

   а) хармонизирани задължения за прозрачност за доставчиците на политическо рекламиране и свързаните с него услуги за запазване, разкриване и публикуване на информация, свързана с предоставянето на такива услуги;

   б) хармонизирани правила относно използването на техники за таргетиране и усилване на разпространението в контекста на публикуването, разпространението или популяризирането на политическо рекламиране, които включват използването на лични данни.

2. Настоящият регламент се прилага за политическо рекламиране, изготвено, популяризирано, позиционирано, публикувано или разпространено в Съюза или насочено към физически лица в една или няколко държави членки, независимо от мястото на установяване на доставчика на рекламни услуги и независимо от използваните средства.

3. Настоящият регламент има за цел:

   а) да допринася за правилното функциониране на вътрешния пазар за политическо рекламиране и свързаните с него услуги;

   б) да защитава физическите лица по отношение на обработването на лични данни.

1. Настоящият регламент не засяга правилата, установени в следните документи:

   а) Директива 2000/31/ЕО;

   б) Директива 2002/58/ЕО и Регламент (ЕС) XXX [Регламент за неприкосновеността на личния живот и електронните съобщения];

в) Директива 2005/29/ЕО;

г) Директива 2006/114/ЕО;

д) Директива 2006/123/ЕО;

е) Директива (ЕС) 2010/13;

ж) Директива 2011/83/ЕО;

з) Регламент (ЕС) 2019/1150;

и) Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги].

Член 2

Определения

За целите на настоящия регламент се прилагат следните определения:

1. „услуга“ означава всяка стопанска дейност, извършвана от самостоятелно заето лице, обичайно осъществявана срещу възнаграждение, както е посочено в член 57 от ДФЕС;

2. „политическо рекламиране“ означава изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването или разпространението на послание по какъвто и да е начин:

   а) от, за или от името на политически участник, освен ако не е от изцяло частен или изцяло търговски характер; или

   б) което може да повлияе на резултата от избори или референдум, на законодателния или регулаторния процес или на поведението при гласуване.

3. „политическа реклама“ означава отделна проява на политическо рекламиране;

4. „политически участник“ означава всеки от изброените:

   а) политическа партия по смисъла на член 2, параграф 1 от Регламент (ЕС, Евратом) № 1141/2014 или субект, пряко или непряко свързан със сферата на дейност на такава политическа партия;

   б) политически съюз по смисъла на член 2, параграф 2 от Регламент (ЕС, Евратом) № 1141/2014;

   в) европейска политическа партия по смисъла на член 2, параграф 3 от Регламент (ЕС, Евратом) № 1141/2014;

   г) кандидат за изборна длъжност на европейско, национално, регионално и местно равнище или за една от ръководните длъжности в дадена политическа партия;

   д) длъжностно лице на изборна длъжност в публична институция на европейско, национално, регионално или местно равнище;

   е) неизбран член на правителството на европейско, национално, регионално или местно равнище;

ж) организация на политическа кампания със или без юридическа правосубектност, създадена с цел постигане на конкретен резултат в дадени избори или референдум;

з) всяко физическо или юридическо лице, което представлява или действа от името на някое от лицата или организациите, посочени в подточки а)—ж), като популяризира политическите цели на някое от тези лица или организации.

5. „услуга за политическо рекламиране“ означава услуга, състояща се в политическо рекламиране, която не включва посредническа онлайн услуга по смисъла на член 2, точка е) от Регламент (ЕС) 2021/XXX [Законодателен акт за цифровите услуги], предоставена без оглед на позиционирането, публикуването или разпространението на конкретното послание.

6. „политическа рекламна кампания“ означава изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването или разпространението на поредица от свързани реклами в хода на договор за политическо рекламиране въз основа на общо изготвяне, спонсорство или финансиране;

7. „спонсор“ означава физическо или юридическо лице, от чието име се изготвя, позиционира, публикува или разпространява политическа реклама;

8. „техники за таргетиране или усилване на разпространението“ означава техники, които се използват за адресиране на специално адаптирана политическа реклама само до конкретно лице или група лица, или за увеличаване на разпространението, обсега или видимостта на политическата реклама;

9. „изборен период“ означава периодът, предшестващ, съпровождащ или последващ изборите или референдума в държава членка, както и по време на който дейностите по кампанията са предмет на специални разпоредби;

10. „съответен електорат“ означава съвкупността от лица, които имат право да гласуват на избори или референдум, провеждащи се в държава членка, в която се разпространява политическа реклама, като тази съвкупност може да представлява целият електорат на държавата членка;

11. „разпространител на политическо рекламиране“ означава физическо или юридическо лице, което излъчва, прави достъпна чрез интерфейс или по друг начин прави обществено достояние политическа реклама посредством какъвто и да е носител;

12. „администратор“ означава администратор съгласно член 4, параграф 7 от Регламент (ЕС) 2016/679 или, когато е приложимо, съгласно член 4, параграф 8 от Регламент (ЕС) 2018/1725.

За целите на първи параграф, точка 2) съобщенията от официални източници относно организацията и условията за участие в избори или референдуми или за насърчаване на участието в избори или референдуми не представляват политическо рекламиране.

Член 3

Равнище на хармонизация

1. Държавите членки не запазват или въвеждат различни от предвидените в настоящия регламент разпоредби или мерки, въз основа на съображения, свързани с прозрачността.

2. Разпоредбите относно услугите за политическо рекламиране не се забраняват, нито ограничават въз основа на съображения, свързани с прозрачността, когато са спазени изискванията на настоящия регламент.

ГЛАВА II — ЗАДЪЛЖЕНИЯ ЗА ПРОЗРАЧНОСТ НА УСЛУГИТЕ ЗА ПОЛИТИЧЕСКО РЕКЛАМИРАНЕ

Член 4

Прозрачност

Услугите за политическо рекламиране се предоставят по прозрачен начин в съответствие със задълженията, предвидени в членове 5—11 и 14 от настоящия регламент.

Член 5

Идентифициране на услугите за политическо рекламиране

1. Доставчиците на рекламни услуги изискват от спонсорите и от доставчиците на рекламни услуги, действащи от името на спонсори, да декларират дали рекламната услуга, която искат доставчикът на услуги да извърши, представлява услуга за политическо рекламиране по смисъла на член 2, параграф 5. Спонсорите и доставчиците на рекламни услуги, действащи от името на спонсори, са тези, които правят подобна декларация.

2. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране гарантират, че в договорните споразумения, сключени за предоставяне на услуги за политическо рекламиране, се уточнява как се спазват съответните разпоредби от настоящия регламент.

Член 6

Водене на регистри и предаване на информация

1. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране запазват информацията, която събират при предоставянето на своите услуги, ако тази информация е свързана:

а) с политическата реклама или политическата рекламна кампания, с които услугата или услугите са свързани;

б) с конкретната услуга или услуги, предоставяни във връзка с политическото рекламиране;

в) със сумите, които са фактурирали за предоставената услуга или услуги, и стойността на други ползи, получени частично или изцяло срещу предоставената услуга или услуги; както и

г) когато е приложимо, със самоличността на спонсора и неговите данни за контакт.

2. Информацията, посочена в параграф 1, е в писмена форма, като може да бъде и в електронна форма. Тази информация се съхранява за срок от пет години от датата на последното изготвяне, позициониране, публикуване или разпространение, в зависимост от случая.

3. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране гарантират, че информацията, посочена в параграф 1, се съобщава на разпространителя на политическо рекламиране, който ще разпространява политическата реклама, за да може той да изпълнява задълженията си по настоящия регламент. Тази информация се предава своевременно и точно в съответствие с най-добрите практики и стандарти в тази сфера посредством стандартизиран автоматизиран процес, когато това е технически възможно.

Член 7

Изисквания за прозрачност за всяка политическа реклама

1. В контекста на предоставяне на услуги за политическо рекламиране всяка политическа реклама е достъпна и съдържа следната информация, представена по ясен, явен и недвусмислен начин:

а) декларация за това, че става въпрос за политическа реклама;

б) самоличността на спонсора на политическата реклама и субекта, който всъщност управлява спонсора;

в) обявление за прозрачност, за да се даде възможност за разбиране на по-широкия контекст на политическата реклама и нейните цели, или ясно указание откъде тази информация може да бъде извлечена лесно.

Във връзка с това разпространителите на политическо рекламиране използват ефикасни и видими техники за маркиране и обозначаване, които да позволяват лесното идентифициране на политическата реклама като такава, и да гарантират, че маркирането или обозначаването не се премахват в случай на по-нататъшно разпространение на политическата реклама.

2. Обявлението за прозрачност се включва във всяка политическа реклама или може да бъде лесно извлечено от нея и включва следната информация:

а) самоличността на спонсора и данни за контакт;

б) периода, през който политическата реклама е предназначена за публикуване и разпространение;

в) въз основа, наред с другото, на информация, получена в съответствие с член 6, параграф 3, информация за общите разходи или други ползи, получени частично или изцяло за изготвянето, позиционирането, популяризирането, публикуването и разпространението на съответната реклама, и когато е уместно за политическата рекламна кампания, както и за техните източници;

г) когато е приложимо, посочване на изборите или референдумите, с които е свързана рекламата;

д) когато е приложимо, връзки към онлайн хранилища на реклами;

е) информация за начина на използване на механизмите, предвидени в член 9, параграф 1.

ж) Информацията, която трябва да бъде включена в обявлението за прозрачност, се предоставя, като се използват специфичните полета с данни, посочени в приложение I.

3. Разпространителите на политическо рекламиране полагат разумни усилия, за да гарантират, че информацията, посочена в параграфи 1 и 2, е пълна, и ако установят, че това не е така, не разпространяват политическата реклама.

4. Обявленията за прозрачност се актуализират и представят във формат, който е лесно достъпен и когато е технически възможно, машинночетим, ясно видим и лесен за използване, включително чрез използването на обикновен език. Информацията се публикува от разпространителя на политическо рекламиране с политическата реклама от първото ѝ публикуване до една година след последното ѝ публикуване.

5. Разпространителите на политическо рекламиране съхраняват своите обявления за прозрачност заедно с всички техни изменения за срок от пет години след края на срока, посочен в параграф 4.

6. Разпространителите на политическо рекламиране, които представляват много големи онлайн платформи по смисъла на член 25 от Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги], гарантират, че хранилищата, които предоставят на разположение съгласно член 30 от същия регламент [Законодателен акт за цифровите услуги], представят информацията по параграф 2 за всяка политическа реклама в хранилището.

7. Държавите членки, включително компетентните органи, и Комисията насърчават изготвянето на кодекси за поведение, предназначени да допринесат за правилното прилагане на настоящия член, като вземат предвид специфичните характеристики на съответните доставчици на услуги и специфичните нужди на микропредприятията, малките и средните предприятия по смисъла на член 3 от Директива 2013/34/ЕС.

8. На Комисията се предоставя правомощието да приема делегирани актове в съответствие с член 19 за изменение на приложение I чрез добавяне, изменение или заличаване на елементи от списъка с информация, която се предоставя съгласно параграф 2, когато с оглед на технологичното развитие това изменение е необходимо за разбиране на по-широкия контекст на политическата реклама и нейните цели.

Член 8

Периодично докладване относно услугите за политическо рекламиране

1. Когато предоставят услуги за политическо рекламиране, разпространителите на рекламиране включват в годишните си финансови отчети информация за сумите или стойността на други ползи, получени частично или изцяло за тези услуги, включително относно използването на техники за таргетиране и усилване на разпространението, обобщени по кампании, като част от своя доклад за управление по смисъла на член 19 от Директива 2013/34/ЕС.

2. Параграф 1 не се прилага за предприятия, отговарящи на условията съгласно член 3, параграф 3 от Директива 2013/34/ЕС.

Член 9

Уведомяване за потенциално незаконни политически реклами

3. Когато предоставят услуги за политическо рекламиране, разпространителите на рекламиране въвеждат механизми, позволяващи на физически лица да ги уведомяват безплатно, че конкретна публикувана от тях реклама не е в съответствие с настоящия регламент.

4. Информацията за начините за съобщаване за политически реклами от вида, посочен в параграф 1, е лесна за използване и достъп, включително от обявлението за прозрачност.

5. Разпространителите на политическо рекламиране дават възможност за подаване на посочената в параграф 1 информация по електронен път. Разпространителят на политическо рекламиране информира физическите лица за последващите действия във връзка с уведомлението, посочено в параграф 1.

6. На повтарящи се уведомления по параграф 1 за една и съща реклама или рекламна кампания може да се отговаря колективно, включително чрез позоваване на обявление на уебсайта на съответния разпространител на политическо рекламиране.

Член 10

Предаване на информация на компетентните органи

1. Компетентните национални органи имат правомощието да искат от доставчик на услуги за политическо рекламиране да предаде информацията, посочена в членове 6, 7 и 8. Предадената информация трябва да бъде пълна, точна и надеждна и да бъде предоставена в ясен, съгласуван, консолидиран и разбираем формат. Когато е технически възможно, информацията се предава в машинночетим формат.

Искането съдържа следните елементи:

а) изложение на мотивите, в което се обяснява целта, за която се иска информацията, и защо искането е необходимо и пропорционално, освен ако искането не преследва цел, свързана с предотвратяване, разследване, разкриване и наказателно преследване на престъпления и доколкото мотивите за искането биха застрашили тази цел;

б) информация относно средствата за правна защита, с които разполага съответният доставчик на услуги и спонсорът на услугата за политическо рекламиране.

2. При получаване на искане по параграф 1 доставчиците на услуги за политическо рекламиране потвърждават получаването в срок от два работни дни и информират органите за мерките, предприети за изпълнението му. Съответният доставчик на услуги предоставя исканата информация в срок от десет работни дни.

3. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране определят звено за контакт за взаимодействие с компетентните национални органи. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране, които са МСП по смисъла на член 3 от Директива 2013/34/ЕС, могат да определят външно физическо лице за звено за контакт.

Член 11

Предаване на информация на други заинтересовани субекти

1. Доставчиците на услуги за политическо рекламиране предприемат подходящи мерки за предаване на посочената в член 6 информация на заинтересованите субекти при поискване и без разходи.

Когато доставчикът на услуги за политическо рекламиране е и разпространител на политическо рекламиране, той също така предприема съответните мерки за предаване на информацията, посочена в член 7, на заинтересованите субекти при поискване и без разходи.

2. Заинтересованите субекти, които искат предаване на информация съгласно параграф 1, са независими от търговски интереси и попадат в една или повече от следните категории:

а) доказани изследователи в съответствие с член 31 от Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги];

б) членове на организации на гражданското общество, чиито уставни цели са защитата и насърчаването на обществения интерес, които са оправомощени съгласно националното право или правото на Съюза;

в) политически участници, упълномощени съгласно националното законодателство; или

г) национални или международни наблюдатели на избори, акредитирани в държава членка.

Такива заинтересовани субекти включват и журналистите, акредитирани в държава членка от национални, европейски или международни органи.

3. При искане от заинтересован субект доставчикът на услуги следва да положи всички усилия да предостави исканата информация или своя обоснован отговор съгласно параграф 5 в срок от един месец.

4. При изготвянето на информацията, която трябва да бъде предоставена съгласно параграф 1, доставчикът на услуги може да сумира съответните суми или да ги постави в определен диапазон, доколкото това е необходимо за защитата на неговите законни търговски интереси.

5. Когато исканията съгласно параграф 1 са явно неоснователни, неясни или прекомерни, по-специално поради липсата на яснота, доставчикът на услуги може да откаже да отговори. В този случай съответният доставчик на услуги изпраща мотивиран отговор на заинтересования субект, отправил искането.

6. Когато исканията по параграф 1 се повтарят и обработването им е свързано със значителни разходи, доставчикът на услуги може да наложи разумна и пропорционална такса, която при всички случаи не надвишава административните разходи за предоставяне на исканата информация.

7. Доставчиците на услуги носят тежестта на доказване, че дадено искане е явно неоснователно, неясно или прекомерно, или че исканията се повтарят и изискват значителни разходи за обработка.

ГЛАВА III — ТАРГЕТИРАНЕ И УСИЛВАНЕ НА РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО НА ПОЛИТИЧЕСКОТО РЕКЛАМИРАНЕ

Член 12

Специфични изисквания, свързани с таргетирането и усилването на разпространението

1. Техниките за таргетиране или усилване на разпространението, които включват обработването на лични данни, посочени в член 9, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2016/679 и член 10, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2018/1725, са забранени в контекста на политическото рекламиране.

2. Забраната, установена в първото изречение, не се прилага в случаите, посочени в член 9, параграф 2, букви а) и г) от Регламент (ЕС) 2016/679 и член 10, параграф 2, букви а) и г) от Регламент (ЕС) 2018/1725.

3. Когато използват техники за таргетиране или усилване на разпространението в контекста на политическото рекламиране, включващи обработването на лични данни, администраторите, в допълнение към изискванията, определени в Регламент (ЕС) 2016/679 и Регламент (ЕС) 2018/1725, отговарят според случая на следните изисквания:

а) приемат и прилагат вътрешна политика, в която ясно и на разбираем език е описано по-специално използването на такива техники за насочване към отделни лица или усилване на въздействието на съдържанието, и запазват тази политика за период от пет години;

б) водят документация за използването на таргетиране или усилване на разпространението, за съответните използвани механизми, техники и параметри, както и за източниците на използваните лични данни.

в) заедно с политическата реклама предоставят и допълнителната информация, нужна на съответното лице, за да разбере логиката и основните параметри на използваната техника, както и използването на данни от трети страни и на допълнителни аналитични техники. Тази информация включва елементите, посочени в приложение II.

4. Разпространителите на политическо рекламиране, които използват техники за таргетиране или усилване на разпространението, включват в изискваното съгласно член 7 обявление за прозрачност информацията, посочена в параграф 3, буква в) и връзка към политиката, посочена в параграф 3, буква а). В случай че администраторът е различен от разпространителя на политическо рекламиране, администраторът предава на разпространителя вътрешната политика или препратка към нея.

5. Разпространителите на политическо рекламиране, които използват техниките за таргетиране и усилване на разпространението, посочени в параграф 3, включват в рекламата или заедно с нея, както и в обявлението за прозрачност, изисквано съгласно член 7, позоваване на ефективни средства, чрез които физическите лица могат да упражнят правата си съгласно Регламент (ЕС) 2016/679.

6. Информацията, която се предоставя в съответствие с настоящата разпоредба, се представя във формат, който е лесно достъпен и когато е технически възможно, машинночетим, ясно видим и лесен за използване, включително чрез използването на обикновен език.

7. При необходимост доставчиците на рекламни услуги предават на администратора информацията, необходима за спазване на параграф 3.

8. На Комисията се предоставя правомощието да приема делегирани актове в съответствие с член 19, за да изменя приложение II чрез изменение или премахване на елементи от списъка с информация, която се предоставя съгласно параграф 3, буква в) от настоящия член, с оглед на технологичното развитие, развитието на съответните научни изследвания и развитието на надзора от страна на компетентните власти и съответните насоки, издадени от компетентните органи.

Член 13

Предаване на информация относно таргетирането или усилването на разпространението на други заинтересовани субекти

1. Администраторът, посочен в член 12, предприема подходящи мерки, за да предаде, при поискване от страна на заинтересованите субекти в съответствие с член 11, параграф 1, информацията, посочена в член 12.

2. Член 11, параграфи 2—7 се прилагат с необходимите изменения.

ГЛАВА IV — НАДЗОР И ПРИЛАГАНЕ

Член 14

Законен представител

1. Доставчиците на услуги, които предоставят услуги за политическо рекламиране в Съюза, но не са установени на негова територия, посочват в писмена форма физическо или юридическо лице за свой законен представител в една от държавите членки, в които предлагат услугите си.

2. Законният представител отговаря за спазването на задълженията съгласно настоящия регламент на представлявания доставчик на услуги и е адресат за всички предвидени в настоящия регламент комуникации със съответния доставчик на услуги. Всеки вид комуникация с този законен представител се счита за комуникация с представлявания доставчик на услуги.

Член 15

Компетентни органи и звена за контакт

1. Надзорните органи, посочени в член 51 от Регламент (ЕС) 2016/679 или член 52 от Регламент (ЕС) 2018/1725, са компетентни да наблюдават прилагането на член 12 от настоящия регламент в своята съответна област на компетентност. Член 58 от Регламент (ЕС) 2016/679 и член 58 от Регламент (ЕС) 2018/1725 се прилагат с необходимите изменения. Глава VII от Регламент (ЕС) 2016/679 се прилага за дейностите, обхванати от член 12 от настоящия регламент.

2. Държавите членки определят компетентни органи, които да наблюдават спазването от страна на доставчиците на посреднически услуги по смисъла на Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги] на задълженията, предвидени в членове 5—11 и член 14 от настоящия регламент, когато е приложимо. Компетентните органи, определени съгласно Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги], могат също така да бъдат някои от компетентните органи, определени да наблюдават спазването от страна на онлайн посредниците на задълженията, предвидени в

членове 5—11 и 14 от настоящия регламент. Координаторът на цифрови услуги, посочен в член 38 от Регламент (ЕС) 2021/xxx, във всяка държава членка отговаря за осигуряване на координация на национално равнище по отношение на доставчиците на посреднически услуги, определени в Регламент (ЕС) 2021/xxx [Законодателен акт за цифровите услуги]. Член 45, параграфи 1—4 и член 46, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2021/xxx [Закон за цифровите услуги] се прилагат по отношение на въпроси, свързани с прилагането на настоящия регламент във връзка с доставчиците на посреднически услуги.

3. Всяка държава членка определя един или няколко компетентни органи, които да отговарят за прилагането и изпълнението на аспектите на настоящия регламент, които не са посочени в параграфи 1 и 2. Всеки компетентен орган, определен съгласно настоящия параграф, разполага с пълна структурна независимост както от сектора, така и от всякаква външна намеса или политически натиск. При пълна независимост той осъществява ефективен мониторинг и предприема необходимите и пропорционални мерки, за да гарантира спазването на настоящия регламент.

4. При изпълняване на надзорните си задачи във връзка с настоящия регламент компетентните органи, посочени в параграф 3, имат правомощието да изискват достъп до данни, документи или всякаква необходима информация от доставчиците на услуги за политическо рекламиране за изпълнение на своите надзорни задачи.

5. Когато упражняват правомощията си за правоприлагане във връзка с настоящия регламент компетентните органи, посочени в параграф 3, имат правомощието да:

   а) издават предупреждения, адресирани до доставчиците на услуги за политическо рекламиране, във връзка с неспазването от тяхна страна на задълженията по настоящия регламент;

   б) публикуват декларация, в която се посочват юридическите и физическите лица, отговорни за нарушението на задължение, предвидено в настоящия регламент, както и естеството на това нарушение;

   в) налагат административни глоби и финансови санкции.

6. Държавите членки осигуряват сътрудничество между компетентните органи, по-специално в рамките на националните изборни мрежи, за да се улесни бързият и сигурен обмен на информация по въпроси, свързани с изпълнението на техните задачи по надзора и правоприлагането съгласно настоящия регламент, включително чрез съвместно установяване на нарушения, обмен на констатации и експертен опит и поддържане на връзка относно прилагането и изпълнението на съответните разпоредби.

7. За целите на настоящия регламент всяка държава членка определя един компетентен орган като звено за контакт на равнището на Съюза.

8. Когато доставчик на услуги за политическо рекламиране предоставя услуги в повече от една държава членка или когато неговото основно място на установяване или негов представител се намират в една държава членка, но той извършва основните си дейности в друга държава членка, компетентният орган на държавата на основно установяване или на установяване на представителя си сътрудничи и съдейства на компетентните органи на останалите държави

членки. Освен ако вече не е уредено от правото на Съюза, това сътрудничество включва най-малко следното:

а) компетентните органи, които прилагат мерки по надзор или правоприлагане в дадена държава членка, посредством звеното за контакт, посочено в параграф 7, уведомяват и се допитват до компетентните органи в останалите съответни държави членки относно предприетите мерки по надзор и правоприлагане и тяхното проследяване;

б) компетентният орган може да поиска чрез звеното за контакт, посочено в параграф 7, по надлежен, обоснован и пропорционален начин от друг компетентен орган да предприеме мерките по надзор и правоприлагане, посочени в параграфи 4 и 5, когато последният е в по-добра позиция да направи това; както и

в) при получаване на обосновано искане от друг компетентен орган компетентният орган му оказва съдействие, така че мерките за надзор или прилагане, посочени в параграфи 4 и 5, да могат да бъдат приложени по ефективен, ефикасен и последователен начин. Така замоленият компетентен орган предоставя чрез звената за контакт, посочени в параграф 7, и в срок, пропорционален на спешността на искането, отговор, с който съобщава исканата информация или информира, че не счита, че условията за искане на помощ съгласно настоящия регламент са изпълнени. Всяка информация, обменена в контекста на поисканото и предоставеното съгласно настоящия член съдействие, се използва само във връзка с въпроса, по който е поискана.

9. Звената за контакт заседават периодично на равнището на Съюза в рамките на Европейската мрежа за сътрудничество в областта на изборите, за да се улесни бързият и сигурен обмен на информация по въпроси, свързани с изпълнението на задачите им по надзора и правоприлагането съгласно настоящия регламент.

Член 16

Санкции

1. Във връзка с членове 5—11, 13 и 14 държавите членки определят правилата относно санкциите, включително административните глоби и финансовите санкции, приложими за доставчиците на услуги за политическо рекламиране под тяхна юрисдикция за нарушения на настоящия регламент, които във всеки отделен случай са ефективни, пропорционални и възпиращи.

2. Държавите членки уведомяват Комисията за тези правила в рамките на дванадесет месеца от влизането в сила на настоящия регламент и я уведомяват незабавно за всички последващи изменения на тези правила.

3. Когато се взема решение относно вида на санкциите и техния размер, във всеки отделен случай се обръща надлежно внимание, наред с другото, на следното:

а) естеството, тежестта и продължителността на нарушението;

б) дали нарушението е извършено умишлено или поради небрежност;

в) всяко действие, предприето за намаляване на щетите;

г) всички имащи отношение предишни нарушения и всякакви други утежняващи или смекчаващи фактори, приложими към обстоятелствата по случая; както и

д) степента на сътрудничество с компетентния орган.

4. Нарушенията на член 7 се считат за особено тежки, когато се отнасят до политическо рекламиране, публикувано или разпространено по време на изборния период и насочено към граждани на държавата членка, в която се организират съответните избори.

5. Ако доставчик на услуги умишлено или поради небрежност наруши разпоредбите на настоящия регламент, за едно и също или за свързано политическо рекламиране, общият размер на административната глоба трябва да може да се адаптира така, че да се вземат предвид всички съответни фактори; фактът, че регламентът е бил нарушен в множество отношения, се отразява в размера на общата глоба в съответствие с принципа на пропорционалност.

6. За нарушения на задълженията, предвидени в член 12, надзорните органи, посочени в член 51 от Регламент (ЕС) 2016/679, могат в рамките на своята компетентност да налагат административни глоби в съответствие с член 83 от Регламент (ЕС) 2016/679 до размера, посочен в член 83, параграф 5 от същия регламент.

7. За нарушения на задълженията, предвидени в член 12, надзорният орган, посочен в член 52 от Регламент (ЕС) 2018/1725, може да налага в рамките на своята компетентност административни глоби в съответствие с член 66 от Регламент (ЕС) 2018/1725 до размера, посочен в член 66, параграф 3 от същия регламент.

Член 17

Публикуване на изборните периоди

Държавите членки публикуват датите на националните си избирателни периоди на леснодостъпно място с подходящо позоваване на настоящия регламент.

ГЛАВА V — ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Член 18

Оценка и преглед

В срок от две години след всяко избиране за Европейски парламент и за първи път най-късно до 31 декември 2026 г. Комисията представя доклад за оценка и преглед на настоящия регламент. В този доклад се оценява необходимостта от изменение на настоящия регламент. Докладът се оповестява публично.

Член 19

Упражняване на делегирането

1. Правомощието да приема делегирани актове се предоставя на Комисията при спазване на предвидените в настоящия член условия.

2. Правомощието да приема делегирани актове, посочено в член 7, параграф 8 и член 12, параграф 8, се предоставя на Комисията за срок от [до извършването на оценка на прилагането на настоящия регламент, две години след следващите избори за Европейски парламент].

3. Делегирането на правомощия, посочено в член 7, параграф 8 и член 12, параграф 8, може да бъде оттеглено по всяко време от Европейския парламент или от Съвета. С решението за оттегляне се прекратява делегирането на правомощията, посочени в същото решение. Оттеглянето поражда действие в деня след публикуването на решението в Официален вестник на Европейския съюз или на по-късна дата, посочена в решението. То не засяга действителността на делегираните актове, които вече са в сила.

4. Веднага след като приеме делегиран акт, Комисията нотифицира акта едновременно на Европейския парламент и на Съвета.

5. Делегиран акт, приет съгласно член 7, параграф 8 или член 12, параграф 8, влиза в сила единствено ако нито Европейският парламент, нито Съветът не са представили възражения в срок от два месеца след нотифицирането на акта на Европейския парламент и на Съвета или ако преди изтичането на този срок както Европейският парламент, така и Съветът са уведомили Комисията, че няма да представят възражения. Този срок се удължава с два месеца по инициатива на Европейския парламент или на Съвета.

Член 20

Влизане в сила и прилагане

1. Настоящият регламент влиза в сила на двадесетия ден след деня на публикуването му в Официален вестник на Европейския съюз.

2. Той се прилага от 1 април 2023 г.

3. Настоящият регламент е задължителен в своята цялост и се прилага пряко във всички държави членки.

Съставено в Брюксел на [...] година.

За Европейския парламент	*За Съвета*
Председател	*Председател*