



EURÓPSKA ÚNIA

EURÓPSKY PARLAMENT

RADA

**V Bruseli 29. februára 2024
(OR. en)**

2021/0381(COD)

PE-CONS 90/23

**AG 185
MI 1159
DATAPROTECT 388
DISINFO 112
FREMP 388
AUDIO 134
CONSOM 507
TELECOM 406
CODEC 2570**

LEGISLATÍVNE AKTY A INÉ PRÁVNE AKTY

**Predmet: NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY o transparentnosti
a cieleň politickej reklamy**

NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2024/...

Z ...

o transparentnosti a cieleň politickej reklamy

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

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

so zreteľom na návrh Európskej komisie,

po postúpení návrhu legislatívneho aktu národným parlamentom,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru¹,

so zreteľom na stanovisko Výboru regiónov²,

konajúc v súlade s riadnym legislatívnym postupom³,

¹ Ú. v. EÚ C 275, 18.7.2022, s. 66.

² Ú. v. EÚ C 301, 5.8.2022, s. 102.

³ Pozícia Európskeho parlamentu z 27. februára 2024 (zatiaľ neuvverejnená v úradnom vestníku) a rozhodnutie Rady z

keďže:

- (1) Ponuka politickej reklamy a dopyt po nej rastú a v čoraz väčšej miere majú cezhraničný charakter. S touto činnosťou sa spája široké a stále sa rozširujúce spektrum rozličných služieb ponúkaných napríklad politickými konzultačnými spoločnosťami, reklamnými agentúrami, reklamnými technologickými platformami, firmami pôsobiacimi v oblasti vzťahov s verejnosťou, influencermi a rôznymi poskytovateľmi analýz údajov a sprostredkovateľských služieb. Politická reklama môže mať mnoho podôb, ako je napríklad platený obsah, sponzorované výsledky vyhľadávania, platené cielené posolstvá, propagácia v rámci určovania poradia, propagácia niečoho alebo niekoho integrovaná do obsahu, napríklad pri umiestňovaní produktov, pôsobenie influencerov a ďalšie spôsoby propagácie. Súvisiace činnosti môžu zahŕňať napríklad šírenie politickej reklamy na žiadosť zadávateľa alebo zverejnenie obsahu za odplatu alebo iné formy odmeny vrátane vecných odmien.
- (2) Politická reklama sa môže šíriť alebo uverejňovať rôznymi prostriedkami a médiami aj cezhranične, a to online aj offline. Dochádza k jej rýchlemu nárastu a môže sa šíriť alebo uverejňovať prostredníctvom tradičných offline médií, ako sú noviny, televízia a rozhlas, ale v čoraz väčšej miere aj prostredníctvom online platforiem, webových sídel, mobilných aplikácií, počítačových hier a iných digitálnych rozhraní. V ich prípade je nielen obzvlášť pravdepodobné, že sa ponúkajú cezhranične, ale vznikajú v tejto súvislosti aj nové a zložité výzvy v oblasti regulácie a presadzovania. Využívanie online politickej reklamy sa výrazne zintenzívňuje, pričom určité lineárne offline formy politickej reklamy, ako napríklad rozhlas a televízia, sa ponúkajú aj online ako služby na požiadanie. Politické reklamné kampane sa zvyčajne organizujú tak, aby sa využil celý rad médií a foriem.

- (3) Keďže reklama vrátane tej politickej sa zvyčajne poskytuje za odmenu, čo môže zahŕňať vecnú odmenu, predstavuje službu podľa článku 57 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „ZFEÚ“). Vo vyhlásení č. 22 týkajúcom sa osôb so zdravotným postihnutím a pripojenom k Amsterdamskej zmluve sa konferencia zástupcov vlád členských štátov dohodla na tom, že inštitúcie Únie majú pri vypracúvaní opatrení podľa článku 114 ZFEÚ zohľadňovať potreby osôb so zdravotným postihnutím.
- (4) Potreba zabezpečiť transparentnosť je legitímnym verejným cieľom v súlade s hodnotami, ktoré zdieľa Únia a jej členské podľa článku 2 Zmluvy o Európskej únii (ďalej len „Zmluva o EÚ“). Pre občanov nie je vždy jednoduché rozpoznať politické reklamné oznámenia a informovaným spôsobom uplatňovať svoje demokratické práva. Pre Úniu a členské štáty predstavuje väčšia sofistikovanosť dezinformácií, rôznorodosť aktérov, rýchly vývoj nových technológií a intenzívnejšie šírenie manipulácie s informáciami a zasahovania do našich demokratických volebných a regulačných postupov náročné výzvy. Politická reklama môže byť nositeľom dezinformácií, najmä ak sa pri reklame neuvádza, že má politickú povahu, pochádza od zadávateľov mimo Únie alebo keď je spojená s technikami cielenia alebo s technikami dodávania reklamy. Vysoká úroveň transparentnosti je potrebná okrem iného na podporu otvorenej a spravodlivej politickej diskusie a politických kampaní a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend a na boj proti manipulácii s informáciami a zasahovaniu, ako aj nezákonnému zasahovaniu, a to aj z tretích krajín. Transparentnosť politickej reklamy prispieva k tomu, aby voliči a všeobecne fyzické osoby v situácii, keď sa im predkladá politické reklamné oznámenie, mohli lepšie porozumieť tomu, v koho mene sa dané reklamné oznámenie realizuje a tiež akým spôsobom a prečo ho poskytovateľ reklamných služieb na nich zaciľuje, aby tak voliči dokázali lepšie prijímať informované rozhodnutia. Mala by sa podporovať mediálna gramotnosť s cieľom pomáhať fyzickým osobám, aby čo najlepšie využívali transparentnosť politickej reklamy.

- (5) Cieľom tohto nariadenia je zabezpečiť, aby sa pri poskytovaní politickej reklamy v plnej miere dodržiavali základné práva.
- (6) V kontexte politickej reklamy sa často využívajú techniky cielenia a techniky dodávania reklamy založené na spracúvaní osobných údajov vrátane pozorovaných a odvodených osobných údajov, ako sú údaje odhaľujúce politické názory a ďalšie osobitné kategórie údajov. Techniky cielenia by sa mali chápať ako techniky, ktoré slúžia na to, aby sa politickým reklamným oznámením oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb, alebo na ich vylúčenie zvyčajne pomocou prispôbeného obsahu na základe spracúvania osobných údajov. Techniky dodávania reklamy by sa mali chápať ako široká škála optimalizačných techník, ktoré sa opierajú o automatizované spracúvanie osobných údajov, aby sa zvýšil obeh, dosah či viditeľnosť politického reklamného oznámenia. Takéto techniky môžu používať vydavatelia politickej reklamy, a najmä veľmi veľké online platformy v zmysle nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065⁴, na dodávanie politických reklamných oznámení cieľovému publiku na základe osobných údajov a obsahu reklamných oznámení. Dodávanie reklamných oznámení pomocou takýchto techník zahŕňa použitie algoritmov, ktoré sú pre fyzické osoby v súčasnosti neprehľadné a ktorých účinok sa môže líšiť od toho, čo zamýšľali zadávatelia alebo poskytovatelia reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov. Vzhľadom na to, aký potenciál zneužitia osobných údajov má cielenie vrátane mikrocílenia a iných pokročilých techník, môžu takéto techniky predstavovať mimoriadnu hrozbu pre legitímne verejné záujmy, ako je spravodlivosť, rovnaké príležitosti a transparentnosť vo volebnom procese a základné právo na slobodu prejavu, súkromie a ochranu osobných údajov a na rovnosť a nediskrimináciu a právo byť informovaný objektívnym, transparentným a pluralitným spôsobom.

⁴ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (akt o digitálnych službách) (Ú. v. EÚ L 277, 27.10.2022, s. 1).

- (7) V súčasnosti má regulácia politickej reklamy v členských štátoch rôznorodé podoby a v mnohých prípadoch sa zameriava skôr na tradičné formy médií. Existujú osobitné obmedzenia, ktoré sa týkajú aj cezhraničného poskytovania služieb politickej reklamy, ktoré majú vplyv na vedenie cezhraničných a celoeurópskych politických kampaní. V niektorých členských štátoch majú poskytovatelia služieb z Únie usadení v iných členských štátoch zákaz poskytovať počas období volieb služby politickej povahy alebo na politické účely. Vo vnútroštátnom práve niektorých členských štátov zároveň pravdepodobne existujú medzery a nedostatky, v dôsledku čoho sa politická reklama niekedy šíri bez ohľadu na príslušné vnútroštátne pravidlá, a to ohrozuje reguláciu transparentnosti politickej reklamy.
- (8) Niektoré členské štáty v záujme zaistenia väčšej transparentnosti politickej reklamy, ako aj so zámerom reagovať na obavy občanov už preskúmali alebo zvažujú dodatočné opatrenia na riešenie transparentnosti politickej reklamy a na podporu spravodlivej politickej diskusie a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend. O týchto vnútroštátnych opatreniach sa uvažuje najmä v súvislosti s politickou reklamou uverejňovanou a šírenou online a môžu sa nimi zaviesť ďalšie obmedzenia. Ide o rôznorodé spektrum opatrení od miernych až po záväzné opatrenia, ktoré zahŕňajú rôzne prvky transparentnosti.
- (9) Táto situácia vedie k roztrieštenosti vnútorného trhu, znižuje právnu istotu poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktorí pripravujú, umiestňujú, propagujú, uverejňujú, dodávajú alebo šíria politické reklamné oznámenia, vytvára prekážky voľnému pohybu súvisiacich služieb, narúša hospodársku súťaž na vnútornom trhu, a to aj medzi poskytovateľmi offline a online služieb, a príslušní poskytovatelia služieb musia v jej dôsledku vynakladať komplexné úsilie o dodržiavanie predpisov a znášať dodatočné náklady.

- (10) Je pravdepodobné, že tieto okolnosti odrádzajú poskytovateľov služieb politickej reklamy od poskytovania svojich služieb politickej reklamy v cezhraničnom meradle. Platí to najmä pre mikropodniky a malé a stredné podniky, ktoré často nemajú zdroje na absorbovanie alebo prenesenie vysokých nákladov na dodržiavanie predpisov spojených s prípravou, umiestňovaním, propagovaním, uverejňovaním, dodávaním alebo šírením politickej reklamy vo viac ako jednom členskom štáte. To obmedzuje dostupnosť služieb a má to nepriaznivý vplyv na možnosť poskytovateľov služieb inovovať a ponúkať v rámci vnútorného trhu kampane pokrývajúce viacero druhov médií a viacero krajín.
- (11) Pri poskytovaní služieb politickej reklamy by sa preto mala zabezpečiť konzistentná a vysoká úroveň transparentnosti politickej reklamy v celej Únii, pričom by sa malo predchádzať vzniku rozdielov, ktoré bránia voľnému obehu súvisiacich služieb v rámci vnútorného trhu, stanovením harmonizovaných pravidiel poskytovania služieb politickej reklamy, a to aj povinností zadávateľov a poskytovateľov služieb politickej reklamy týkajúcich sa transparentnosti, a súvisiacej náležitej starostlivosti, ktoré zaručia jednotnú ochranu práv osôb a dohľad na celom vnútornom trhu na základe článku 114 ZFEÚ.
- (12) Členské štáty by vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch nemali ponechať v platnosti ani zaviesť ustanovenia o transparentnosti politickej reklamy, ktoré sa odchyľujú od ustanovení tohto nariadenia, najmä prísnejšie alebo menej prísne ustanovenia, ktoré zabezpečujú odlišnú úroveň transparentnosti v politickej reklame. Úplná harmonizácia povinností týkajúcich sa transparentnosti a súvisiacej náležitej starostlivosti spojených s politickým reklamným oznámením zvyšuje právnu istotu a znižuje roztrieštenosť povinností, ktoré sa na poskytovateľov služieb kladú v súvislosti s politickou reklamou.

- (13) Úplnou harmonizáciou povinností týkajúcich sa transparentnosti a súvisiacej náležitej starostlivosti by nemala byť dotknutá sloboda poskytovateľov služieb politickej reklamy uvádzať dobrovoľne ďalšie informácie o politickej reklame ako súčasť slobody prejavu a informácií chránenej podľa článku 11 Charty základných práv Európskej únie (ďalej len „charta“).
- (14) Týmto nariadením sa len harmonizujú pravidlá týkajúce sa transparentnosti a súvisiacich povinností náležitej starostlivosti pri poskytovaní služieb politickej reklamy a používania techník cielenia a techník dodávania reklamy, ako aj pravidlá dohľadu nad touto harmonizáciou a jej presadzovaním. Nemalo by sa týkať ani obsahu politických reklamných oznámení, ani pravidiel Únie alebo členských štátov upravujúcich iné aspekty politickej reklamy než tie, na ktoré sa vzťahuje toto nariadenie. Týmto nariadením sa teda nemenia pravidlá upravujúce vedenie a financovanie politických kampaní vrátane všeobecných zákazov alebo obmedzení politickej reklamy počas určených období, moratórií pred voľbami, darov od jednotlivých darcov kampane alebo zákazov týkajúcich sa používania komerčnej reklamy na účely volebnej kampane. Okrem toho by týmto nariadením nemalo byť ovplyvnené najmä základné právo na slobodu presvedčenia a slobodu slova.
- (15) Pri uplatňovaní a presadzovaní tohto nariadenia by sa mali zohľadniť osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov v súlade so zásadou proporcionality. Pojem mikropodniky, malé a stredné podniky by sa mal chápať ako podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2013/34/EÚ⁵.

⁵ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2013/34/EÚ z 26. júna 2013 o ročných účtovných závierkach, konsolidovaných účtovných závierkach a súvisiacich správach určitých druhov podnikov, ktorou sa mení smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/43/ES a zrušujú smernice Rady 78/660/EHS a 83/349/EHS (Ú. v. EÚ L 182, 29.6.2013, s. 19).

- (16) V tomto nariadení by sa mali stanoviť harmonizované povinnosti týkajúce sa transparentnosti a súvisiacej náležitej starostlivosti, ktoré sa vzťahujú na hospodárske subjekty poskytujúce politickú reklamu a súvisiace služby t. j. činnosti, ktoré sa bežne poskytujú za odplatu, čo môže zahŕňať vecnú odmenu. Tieto služby pozostávajú najmä z prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania, dodávania a zo šírenia politických reklamných oznámení. Pravidlá stanovené v tomto nariadení, ktoré zabezpečujú vysokú úroveň transparentnosti služieb politickej reklamy, sú založené na článku 114 ZFEÚ. Toto nariadenie by sa malo zaoberať aj používaním techník cielenia a techník dodávania reklamy v kontexte propagácie, uverejňovania, dodávania alebo šírenia politickej reklamy, ktoré sú založené na spracúvaní osobných údajov. Pravidlá obsiahnuté v tomto nariadení, ktorými sa rieši používanie techník cielenia a techník dodávania reklamy, sú založené na článku 16 ZFEÚ. Koncept politickej reklamy určenej fyzickým osobám v niektorom členskom štáte by mal zahŕňať reklamu, ktorá je v plnom rozsahu pripravovaná, umiestňovaná, propagovaná, uverejňovaná, dodávaná alebo šírená poskytovateľmi služieb usadenými mimo Únie, ale je šírená medzi fyzickými osobami v Únii. S cieľom určiť, či je politické reklamné oznámenie určené fyzickým osobám v niektorom členskom štáte, by sa mali zohľadniť faktory, ktoré ho s daným členským štátom spájajú, vrátane jazyka, kontextu, cieľa reklamného oznámenia a prostriedkov jeho šírenia.
- (17) Pri uplatňovaní tohto nariadenia by sa v súlade s právom Únie mali zohľadniť špecifiká média, prostredníctvom ktorého sa uverejňuje alebo šíri politické reklamné oznámenie, najmä s cieľom prispôbiť jeho podmienky televízii, rozhlasu a novinám.

- (18) Malo by sa pripomenúť, že na cezhraničné poskytovanie reklamných služieb na vnútornom trhu sa vzťahuje zásada nediskriminácie. Z tejto zásady okrem iného vyplýva, že prístup príjemcu k službe ponúkanej verejnosti sa nesmie obmedzovať len na základe štátnej príslušnosti alebo miesta bydliska príjemcu alebo jeho usadenia. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by preto nemali mať možnosť diskriminovať zadávateľov, ktorí majú bydlisko alebo sú legálne usadení v Únii, z dôvodu ich miesta pobytu alebo usadenia s výnimkou prípadov, keď je rozdiel v zaobchádzaní odôvodnený a primeraný v súlade s právom Únie. Nediskriminačný prístup k cezhraničným službám politickej reklamy je nevyhnutný, aby príjemcovia týchto služieb mohli využívať všetky prínosy vnútorného trhu v tomto sektore. Nediskriminačný prístup k cezhraničným službám politickej reklamy je pre európske politické strany obzvlášť dôležitý vzhľadom na ich úlohu pri prispievaní k formovaniu európskeho politického vedomia a pri vyjadrovaní vôle občanov Únie, ako sa stanovuje v článku 10 ods. 4 Zmluvy o EÚ a článku 12 ods. 2 charty, a ich európsky právny štatút podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ, Euratom) č. 1141/2014⁶.

⁶ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ, Euratom) č. 1141/2014 z 22. októbra 2014 o štatúte a financovaní európskych politických strán a európskych politických nadácií (Ú. v. EÚ L 317, 4.11.2014, s. 1).

Nemalo by byť povolené, aby poskytovatelia služieb politickej reklamy neodôvodnene obmedzovali slobodu európskych politických strán prijímať cezhraničné služby politickej reklamy, pretože to sťažuje vedenie účinných politických kampaní v celej Únii, čo európskym politickým stranám bráni v plnení úlohy, ktorá im bola zverená zmluvami. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by preto nemali odmietat' alebo sťažovať poskytovanie svojich služieb európskym politickým stranám ani znižovať ich prít'azlivosť výlučne na základe miesta ich usadenia vrátane registrácie, pričom nesmie byť dotknutá možnosť rozdielneho zaobchádzania z opodstatnených objektívnych dôvodov. Podobný prístup platí aj v prípade politických skupín v Európskom parlamente, ktoré sú vytvorené v súlade s rokovacím poriadkom Európskeho parlamentu a ktoré vykonávajú svoje povinnosti v rámci činností Únie. Določka o nediskriminácii stanovená v tomto nariadení neurčuje ani žiadnym spôsobom neovplyvňuje právny štatút európskych politických strán alebo politických skupín v Európskom parlamente, keďže sa obmedzuje na riešenie ich postavenia ako zadávateľ'ov.

(19) Je známe, že zasahovanie určitých subjektov z tretích krajín alebo štátnych príslušníkov tretích krajín, ktorí môžu zadávať politickú reklamu v Únii, do volieb predstavuje závažné ohrozenie demokracie, ktorá je jednou zo spoločných hodnôt Únie a ktorej ochrana má pre Úniu a jej členské štáty zásadný význam. V dôsledku toho niektoré členské štáty už zaviedli alebo zvažujú, že zavedú, rôzne obmedzenia voči subjektom z tretích krajín alebo štátnym príslušníkom tretích krajín, pokiaľ ide o poskytovanie finančných prostriedkov v súvislosti s voľbami. Táto rôznorodosť v oblasti regulácie, ktorá sa pravdepodobne zhorší v dôsledku všeobecnej napätej medzinárodnej situácie, vytvára prekážky, ktoré bránia poskytovateľom služieb politickej reklamy v pôsobení na trhoch rôznych členských štátov. Táto rôznorodosť v oblasti regulácie by sa preto mala upraviť prostredníctvom aproximácie tak, aby existovali spoločné minimálne pravidlá. Od poskytovateľov služieb politickej reklamy by sa malo vyžadovať, aby počas troch mesiacov pred voľbami alebo referendum organizovanými na úrovni Únie alebo na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni v členskom štáte poskytovali služby politickej reklamy len občanom Únie, štátnym príslušníkom tretích krajín s trvalým pobytom v Únii, ktorí majú právo voliť v konkrétnych voľbách alebo referende, alebo právnickým osobám usadeným v Únii, ktoré nie sú riadené subjektmi z tretích krajín. Riziko zasahovania do volieb alebo referend v rôznych členských štátoch a posúdenie tohto rizika členskými štátmi sa líšia, a preto môže byť vhodné, aby v rôznych členských štátoch existovali prísnejšie vnútroštátne pravidlá, ktorými by sa zadávanie reklamy zo strany subjektov z tretích krajín alebo štátnych príslušníkov tretích krajín obmedzilo na dlhšie obdobia. Minimálny štandard troch mesiacov by tak nemal členským štátom brániť v tom, aby v súlade s právom Únie stanovili prísnejšie vnútroštátne pravidlá. Ak sa voľby alebo referendum vyhlásia menej ako tri mesiace pred dátumom ich konania, nemalo by sa to chápať tak, že tým vznikajú povinnosti vzťahujúce sa na obdobie pred vyhlásením volieb alebo referend.

- (20) S cieľom bojovať proti manipulácii s informáciami a zasahovaniu do politickej reklamy sa „online platformy“ v zmysle vymedzenia v nariadení (EÚ) 2022/2065 nabádajú, aby zaviedli a vykonávali, a to aj prostredníctvom Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií, prispôsobené politiky a iné príslušné opatrenia, okrem iného aj ich účasťou na širších iniciatívach na demonetizáciu dezinformácií s cieľom zabrániť umiestňovaniu politickej reklamy obsahujúcej dezinformácie.
- (21) Na úrovni Únie neexistuje žiadne vymedzenie politickej reklamy alebo politického reklamného oznámenia. Na stanovenie rozsahu uplatňovania harmonizovaných povinností týkajúcich sa transparentnosti a súvisiacej náležitej starostlivosti a pravidiel používania techník cielenia a techník dodávania reklamy je potrebné vymedzenie týchto pojmov na úrovni Únie. Toto vymedzenie by sa malo vzťahovať na mnohoraké podoby, ktoré politická reklama môže mať, a na všetky prostriedky a spôsoby jej uverejňovania alebo šírenia v rámci Únie bez ohľadu na to, či sa zdroj nachádza v Únii alebo v tretej krajine.

(22) Vymedzenie pojmu politická reklama by malo zahŕňať reklamu, ktorú pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri priamo alebo nepriamo politický aktér alebo ktorá sa pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri akýmkoľvek prostriedkami priamo alebo nepriamo pre politického aktéra alebo v jeho mene. Politická reklama je zvyčajne priamo alebo nepriamo pod kontrolou zadávateľa, ktorý by mohol byť politickým aktérom a ktorý by mohol najmä určiť politickú povahu, obsah alebo uverejňovanie politickej reklamy, ktorá sa pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri. Niekedy môže kontrolu nad určitým zadávateľom v konečnom dôsledku vykonávať iný subjekt. Stanovenie toho, či určitý subjekt riadi v konečnom dôsledku zadávateľa, by sa malo zakladať na právach, zmluvách alebo akýchkoľvek iných prostriedkoch, ktoré samostatne alebo v kombinácii a so zreteľom na príslušné skutočnosti alebo právne predpisy poskytujú možnosť rozhodujúcim spôsobom ovplyvňovať určitý subjekt, najmä prostredníctvom vlastníctva, práva používať všetok majetok subjektu alebo jeho časť, alebo na právach alebo zmluvách, ktoré umožňujú vykonávať rozhodujúci vplyv na zloženie, hlasovanie alebo rozhodovanie orgánov subjektu. S cieľom určiť, či je posolstvo čisto súkromnej alebo čisto obchodnej povahy, by sa mali zohľadniť všetky relevantné faktory, ako sú jeho obsah, zadávateľ posolstva, jazyk použitý na odovzdanie posolstva, kontext, v ktorom sa posolstvo odovzdáva, vrátane obdobia šírenia, cieľ posolstva a prostriedky, ktorými sa posolstvo pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri, a cieľové publikum. V prípade posolstiev týkajúcich sa rodinného stavu alebo podnikateľskej činnosti politického aktéra je pravdepodobné, že sú čisto súkromné alebo čisto obchodné.

- (23) Propagácia, uverejnenie, dodanie alebo šírenie posolstva inými aktérmi, ktoré môže a ktorého účelom je ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správania pri hlasovaní či legislatívneho alebo regulačného procesu na úrovni Únie, na národnej, regionálnej či miestnej úrovni, by sa tiež mali považovať za politickú reklamu. Legislatívny alebo regulačný proces by mal zahŕňať rozhodovanie so všeobecne záväznými účinkami na úrovni Únie, na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni. Medzi posolstvom a jeho potenciálom ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správania pri hlasovaní či legislatívneho alebo regulačného procesu by mala existovať jednoznačná a podstatná súvislosť. S cieľom určiť, či existuje takáto súvislosť, by sa mali zohľadniť všetky faktory relevantné v čase, keď bolo posolstvo propagované, uverejnené, dodané alebo šírené, ako je totožnosť zadávateľa posolstva, forma a obsah posolstva, hovorený alebo písaný jazyk použitý na odovzdanie daného posolstva, kontext, v ktorom sa posolstvo prenáša, vrátane obdobia šírenia, ako je obdobie volieb, cieľ posolstva a prostriedky, ktorými sa posolstvo propagovalo, uverejnilo, dodalo alebo šírilo a cieľové publikum. Jazykom by sa mal rozumieť každý jazyk používaný v Únii vrátane regionálnych dialektov a posunkového jazyka pomocou akýchkoľvek komunikačných prostriedkov alebo kodifikácie, ako je Braillovo písmo a iné prostriedky. V prípade týchto faktorov by mal byť zřejmý zámer a súvislosť by sa nemala odvodzovať výlučne so spätnou účinnosťou od vplyvu posolstva.

- (24) Politická reklama predstavuje situáciu, keď prípravu, umiestnenie, propagáciu, uverejnenie, dodanie alebo šírenie posolstva, ktoré môže a ktorého účelom je ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správanie pri hlasovaní alebo legislatívny alebo regulačný proces, vykonáva subjekt konajúci vo vlastnom mene (ďalej len „interné činnosti“). Interné činnosti, ktoré by sa mali považovať za relevantné výlučne v súvislosti s kapitolou III tohto nariadenia, by sa mali chápať ako činnosti vykonávané v rámci subjektu, ktoré zahŕňajú alebo podstatne prispievajú k príprave, umiestňovaniu, propagácii, uverejňovaniu, dodávaniu alebo šíreniu posolstva akýmkoľvek spôsobom, ktoré môže a ktorého účelom je ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správanie pri hlasovaní alebo legislatívny alebo regulačný proces.
- (25) Komerčná reklama a marketingové praktiky môžu legitímne ovplyvniť vnímanie produktov a služieb spotrebiteľmi alebo ich nákupné správanie, a to aj prostredníctvom odlišenia značky na základe opatrení spoločnosti v oblasti sociálnej zodpovednosti podnikov, dosahovania sociálneho vplyvu alebo akýchkoľvek iných druhov účelového zapojenia. Toto nariadenie by sa malo uplatňovať na komerčnú reklamu, ktorá môže a ktorej účelom je ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správanie pri hlasovaní alebo legislatívny alebo regulačný proces.
- (26) Komisia by mala vypracovať spoločné usmernenia v záujme účinného vykonávania tohto nariadenia a najmä s cieľom podporiť zadávateľov alebo poskytovateľov reklamných služieb, ktorí konajú v mene zadávateľov, pri vydávaní vyhlásení o politických oznámeniach a označovaní politických oznámení a podporiť poskytovateľov služieb politickej reklamy pri uľahčovaní a náležitom podávaní takýchto vyhlásení.

- (27) V záujme účinnej komunikácie so širokou verejnosťou by verejná komunikácia zo strany akéhokoľvek orgánu verejnej moci členského štátu alebo Únie, pre tento orgán alebo v jeho mene vrátane členov vlády, napríklad tlačové správy alebo konferencie oznamujúce legislatívne alebo regulačné iniciatívy a vysvetľujúce politické rozhodnutie, o ktoré sa takéto iniciatívy opierajú, nemala predstavovať politickú reklamu za predpokladu, že nemôže ovplyvniť a jej účelom nie je ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správanie pri hlasovaní alebo legislatívny či regulačný proces. Podobne by ani praktické informácie z oficiálnych zdrojov členských štátov alebo Únie týkajúce sa výlučne organizácie a modalít účasti na voľbách alebo referendách vrátane ohlásenia kandidatúr alebo otázky položenej v referende nemali predstavovať politickú reklamu.
- (28) Toto nariadenie by sa nemalo uplatňovať v prípadoch, keď je konkrétny verejný priestor na prezentáciu kandidátov výslovne stanovený zákonom a pridelený bezplatne, napríklad pridelením priestoru na takúto prezentáciu v obciach a iných verejných priestoroch alebo konkrétneho vysielacieho času v televízii, ak sa tak deje spravodlivým a nediskriminačným spôsobom a na základe transparentných a objektívnych kritérií.

- (29) Médiá prispievajú k dobrému fungovaniu demokratických procesov a zohrávajú zásadnú úlohu v oblasti slobody prejavu a informácií, najmä počas období bezprostredne pred voľbami. Poskytujú priestor na verejnú diskusiu a prispievajú k formovaniu verejnej mienky. Týmto nariadením by preto nemala byť ovplyvnená redakčná sloboda médií. Nemalo by sa to vzťahovať na politické názory vyjadrené v akomkoľvek médiu v rámci redakčnej zodpovednosti okrem prípadov, keď za tieto názory alebo v súvislosti s ich prípravou, umiestnením, propagáciou, uverejnením, dodaním alebo šírením poskytla tretia strana konkrétnu platbu alebo inú odmenu. Ak však poskytovatelia služieb politickej reklamy takéto politické názory dodatočne propagujú, uverejňujú alebo šíria, mali by sa považovať za politickú reklamu.
- (30) Politické názory vyjadrené vo vlastnom mene predstavujú osobitný prejav práva na slobodu prejavu a na informácie. Nejde o politickú reklamu a je potrebné, aby sa to jasne rozlišovalo. Na tento účel by sa toto nariadenie nemalo vzťahovať na politické názory vyjadrené vo vlastnom mene. Určenie toho, či ide o politické názory vyjadrené vo vlastnom mene, by malo byť za normálnych okolností výsledkom rozhodnutia konkrétnej osoby, ale môžu sa zohľadniť aj súvisiace aspekty. Medzi relevantné faktory by mohlo patriť to, či sa názor vydáva v mene iného subjektu, či je zámerom posolstva seba propagácia kandidáta alebo kampane vo voľbách, referende alebo legislatívnom alebo regulačnom procese, či ho vyjadruje fyzická osoba, ktorá sa vo všeobecnosti aktívne zapája do kampane alebo podniká kroky, aby sa dosiahla zmena v politických alebo sociálnych záležitostiach, a či je šírené posolstvo určené neurčitému počtu osôb. Politický názor by sa nemal považovať za názor vyjadrený osobne, ak sa za jeho vyjadrenie poskytuje osobitná odmena od tretích strán vrátane vecných odmien alebo v súvislosti s jeho vyjadrením.

- (31) Na účely tohto nariadenia by sa voľby mali chápať ako voľby do Európskeho parlamentu, všetky voľby alebo referendá organizované na národnej, regionálnej a miestnej úrovni v členských štátoch a voľby na vedúce pozície v rámci politických strán. Nemalo by to zahŕňať iné formy volieb, ako sú profesijné alebo súkromne organizované hlasovania.
- (32) Je potrebné vymedziť pojem politické reklamné oznámenie ako prípad politickej reklamy. Súčasťou reklamného oznámenia sú prostriedky, ktorými sa reklamné oznámenie sprostredkúva, a to aj prostredníctvom tlače, vysielacích médií, na webových sídlach, pomocou vyhľadávačov a streamovacích médií alebo prostredníctvom služby online platforiem.
- (33) Vo vymedzení pojmu politickí aktéri by sa malo odkazovať na pojmy vymedzené v práve Únie, ako aj vo vnútroštátnom práve v súlade s medzinárodnými právnymi nástrojmi, ako sú nástroje Rady Európy. Vymedzenie pojmu politickí aktéri by malo zahŕňať pridružené a dcérske subjekty politickej strany, ktoré sú zriadené s právnou subjektivitou alebo bez nej s cieľom podporovať ju alebo plniť jej ciele, napríklad prostredníctvom činností zameraných na konkrétnu skupinu voličov alebo na konkrétny volebný účel.
- (34) Vymedzenie pojmu politickí aktéri by malo zahŕňať aj kandidátov na akúkoľvek volenú funkciu alebo osoby zastávajúce akúkoľvek volenú funkciu, členov vlády členského štátu na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni alebo členov inštitúcií Únie s výnimkou Súdneho dvora Európskej únie, Európskej centrálnej banky a Dvora audítorov.

- (35) Vymedzenie pojmu politická reklamná kampaň by sa malo vzťahovať na prípravu, umiestnenie, propagáciu, uverejňovanie, dodanie alebo šírenie série prepojených politických reklamných oznámení v rámci zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva alebo financovania.
- (36) Vymedzením pojmu politická reklama by nemali byť dotknuté vnútroštátne vymedzenia pojmov politická strana, politické ciele alebo politické kampane, ani by sa ním nemali meniť pravidlá vedenia politickej kampane na vnútroštátnej úrovni alebo do týchto pravidiel zasahovať.
- (37) Vymedzením pojmu politický aktér by nemali byť dotknuté vnútroštátne pravidlá týkajúce sa toho, kto môže viesť politickú kampaň, a nemalo by zaväzovať členské štáty, aby prijali takéto pravidlá.
- (38) S cieľom pokryť širokú škálu príslušných poskytovateľov služieb spojených so službami politickej reklamy by sa malo určiť, že poskytovateľmi služieb politickej reklamy sa myslia poskytovatelia zapojení do prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania, dodania alebo šírenia politických reklamných oznámení. Poskytovatelia služieb politickej reklamy môžu napríklad konať v mene zadávateľov tým, že iniciujú služby politickej reklamy v ich mene.
- (39) Vymedzenie poskytovateľov služieb politickej reklamy by nemalo zahŕňať poskytovateľov, ktorí poskytujú čisto doplnkové služby v súvislosti so službami politickej reklamy. Doplnkové služby sú služby, ktoré sa poskytujú nad rámec politickej reklamy a dopĺňujú ju, ale nemajú žiadny priamy vplyv na jej obsah alebo prezentáciu, ani priamu kontrolu nad jej prípravou, umiestňovaním, propagáciou, uverejňovaním, dodávaním alebo šírením. Takéto služby by mohli zahŕňať dopravu, financovanie a investície, nákup, predaj, stravovanie, marketing, počítačové služby, upratovanie, údržbu, poštové služby, tlačiarenské služby, grafický, zvukový alebo fotografický dizajn.

- (40) Zadávateľ by sa mal vymedziť ako osoba alebo subjekt, v ktorého mene sa politické reklamné oznámenie pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri, napríklad individuálny kandidát vo voľbách alebo politická strana, a ktorý je zvyčajne osobou alebo subjektom poskytujúcim odmenu za služby politickej reklamy.
- (41) Vydavatelia politickej reklamy by sa mali vymedziť ako poskytovatelia služieb politickej reklamy, zvyčajne na konci reťazca poskytovateľov služieb, ktorí uverejňujú, dodávajú alebo šíria politickú reklamu vysielaním, sprístupňujú ju prostredníctvom rozhrania alebo ju inak sprístupňujú verejnosti.
- (42) Poskytovatelia služieb politickej reklamy majú povinnosti, ktoré slúžia na dosiahnutie cieľov tohto nariadenia. Určení poskytovatelia služieb politickej reklamy vysielajú, sprístupňujú prostredníctvom rozhrania alebo inak verejnosti sprístupňujú politickú reklamu a vďaka tejto úlohe sú schopní zabezpečiť, aby sa tieto činnosti uskutočňovali v súlade s týmto nariadením a aby bola zaistená vysoká úroveň transparentnosti. Títo poskytovatelia služieb by preto mali mať osobitné povinnosti ako vydavatelia politickej reklamy a je potrebné, aby tak boli označovaní.
- (43) Zadávateľ by mal pravdivo vyhlásiť, či príslušná reklama predstavuje politickú reklamu v zmysle vymedzenia v tomto nariadení, a v priebehu troch posledných mesiacov pred voľbami alebo referendum organizovanými na úrovni Únie alebo na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni v členskom štáte by mal vyhlásiť, či môže konať ako zadávateľ podľa tohto nariadenia. Zadávateľ by mal byť zodpovedný za presnosť takýchto vyhlásení. Okrem toho, keď sa reklama identifikuje ako politická, jej ďalšie šírenie by malo naďalej spĺňať požiadavky na transparentnosť a súvisiacu náležitú starostlivosť.

- (44) Vzhľadom na to, aké je dôležité zaručiť najmä účinnosť pravidiel týkajúcich sa transparentnosti a súvisiacich požiadaviek náležitej starostlivosti, by sa v zmluvných dojednaniach uzavretých na účel poskytovania služieb politickej reklamy malo zabezpečiť, aby sa v dobrej viere a bez zbytočného odkladu zasielali úplné a presné informácie potrebné na to, aby poskytovatelia služieb politickej reklamy mohli dodržiavať toto nariadenie. Pre prípady, keď sú vyhlásenie alebo informácie neúplné, neaktuálne alebo chybné, by sa v tomto nariadení malo stanoviť doplnenie, aktualizácia alebo oprava takéhoto vyhlásenia alebo informácií. Nemalo by to predstavovať všeobecnú povinnosť poskytovateľa služieb politickej reklamy monitorovať pravdivosť vyhlásení o politickej povahe reklamných oznámení alebo uskutočňovať neprimerane rozsiahle alebo nákladné zisťovania skutočností. V záujme účinného plnenia požiadavky na doplnenie, aktualizáciu alebo opravu takýchto vyhlásení alebo informácií by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali prispôbiť svoje online rozhrania s cieľom uľahčiť plnenie takýchto povinností.
- (45) Poskytovatelia reklamných služieb by mali vyhlásenie alebo informácie považovať za zjavne chybné, ak je to zrejmé z obsahu reklamného oznámenia, totožnosti zadávateľa alebo okolností, za akých sa daná služba poskytuje, a to bez ďalšieho overovania alebo zisťovania skutočností.

- (46) Vydavatelía politickej reklamy, ktorí sú zároveň veľmi veľkými online platformami a veľmi veľkými internetovými vyhľadávačmi v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/2065, by mali dôsledne identifikovať, analyzovať a posudzovať systémové riziká, ktoré ich služby politickej reklamy predstavujú v súvislosti s ich posudzovaním rizík podľa článku 34 uvedeného nariadenia, a zaviesť v súlade s článkom 35 uvedeného nariadenia vhodné, primerané a účinné zmiernujúce opatrenia na riešenie týchto rizík.
- (47) Pravidlá transparentnosti a príslušné požiadavky náležitej starostlivosti stanovené v tomto nariadení by sa mali uplatňovať len na služby politickej reklamy, t. j. na politickú reklamu, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, čo môže zahŕňať vecnú odmenu. Uvedené pravidlá by sa nemali vzťahovať na obsah, ktorý nahrá používateľ online sprostredkovateľskej služby, napríklad používateľ online platformy, a ktorý je šírený touto online sprostredkovateľskou službou, a to bez ohľadu na umiestnenie, uverejnenie, dodávanie alebo šírenie konkrétneho posolstva, pokiaľ používateľ nezískal za dané politické reklamné oznámenie odplatu od tretej strany.
- (48) Pravidlá týkajúce sa transparentnosti a príslušné požiadavky náležitej starostlivosti by sa nemali vzťahovať ani na výmenu informácií prostredníctvom elektronických komunikačných služieb, ako sú služby elektronických správ alebo telefonické hovory, pokiaľ sa na danej výmene informácií nepodieľajú žiadne služby politickej reklamy.

- (49) Sloboda prejavu a právo na informácie, ktoré sú chránené článkom 11 charty, zahŕňa právo fyzickej osoby zastávať politické názory, prijímať a rozširovať politické informácie a šíriť politické myšlienky. Každé obmedzenie tejto slobody alebo práva musí byť v súlade s článkom 52 charty. Táto sloboda a právo môžu podliehať úpravám a obmedzeniam, ak sú potrebné a odôvodnené sledovaním legitímneho verejného záujmu a sú v súlade so všeobecnými zásadami práva Únie, ako je zásada proporcionality a právnej istoty. To je okrem iného prípad, keď sa politické myšlienky komunikujú prostredníctvom poskytovateľov služieb politickej reklamy. Sloboda prejavu a právo na informácie je jedným zo základných kameňov živej demokratickej diskusie.
- (50) Na základe tohto nariadenia by sa od členských štátov nemalo vyžadovať, aby prijímali opatrenia v rozpore so základnými zásadami vzťahujúcimi sa na slobodu prejavu a právo na informácie, najmä slobodu tlače a slobodu prejavu v iných médiách, ktoré vyplývajú z ústavných tradícií, alebo s pravidlami, ktorými sa riadia práva a povinnosti tlače alebo iných médií a procesné záruky za ne, keď sa tieto pravidlá týkajú určenia alebo obmedzenia zodpovednosti.

- (51) Pokiaľ ide o online sprostredkovateľov, nariadenie (EÚ) 2022/2065 sa vzťahuje na politické reklamné oznámenia zverejňované alebo šírené online sprostredkovateľmi prostredníctvom horizontálnych pravidiel platných pre všetky typy reklamy online vrátane komerčných a politických reklamných oznámení. Na základe vymedzenia pojmu politická reklama v tomto nariadení je vhodné poskytnúť dodatočné podrobné informácie o požiadavkách na transparentnosť stanovených pre vydavateľov reklamy, ktorí patria do rozsahu pôsobnosti nariadenia (EÚ) 2022/2065, najmä pre veľmi veľké online platformy. Ide najmä o informácie súvisiace s financovaním politických reklamných oznámení. Požiadavkami stanovenými v tomto nariadení by nemalo byť dotknuté nariadenie (EÚ) 2022/2065.
- (52) Príprava, umiestňovanie, propagácia, uverejňovanie, dodávanie a šírenie politických reklamných oznámení môžu zahŕňať zložitý reťazec poskytovateľov služieb politickej reklamy. Ide najmä o prípady, keď výber reklamného obsahu, výber kritérií cielenia a dodávania reklamy, poskytovanie údajov použitých na cielenie a dodávanie reklamného oznámenia, poskytovanie techník cielenia a techník dodávania reklamy a dodávanie reklamného oznámenia a jeho šírenie môžu byť pod kontrolou rôznych poskytovateľov služieb.

Okrem toho môžu byť v rôznych fázach prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania, dodávania a šírenia politickej reklamy zapojení aj zadávatelia. Podobne by mohol na účely techník cielenia a techník dodávania reklamy prevádzkovateľ určiť účely a prostriedky spracúvania spoločne s inými prevádzkovateľmi alebo by mohol spracovanie údajov v mene prevádzkovateľa vykonávať iný subjekt. Vzhľadom na judikatúru Súdneho dvora Európskej únie možno spoločné prevádzkovanie stanoviť aj vtedy, keď má k príslušným osobným údajom prístup len jeden subjekt. Poskytovatelia služieb a zadávatelia vzhľadom na svoje rôzne príspevky, a to vymedzenie parametrov cielenia, určenie kategórií údajov a spracúvanie pri zobrazovaní reklamy, pravidelne spoločne rozhodujú o prostriedkoch a účeloch spracúvania osobných údajov na účely politickej reklamy, a preto by sa mohli považovať za spoločných prevádzkovateľov podľa článku 26 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679⁷ a článku 28 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725⁸. Preto je potrebné stanoviť jasné rozdelenie povinností rôznych subjektov podľa tohto nariadenia.

⁷ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, s. 1).

⁸ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725 z 23. októbra 2018 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov inštitúciami, orgánmi, úradmi a agentúrami Únie a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 45/2001 a rozhodnutie č. 1247/2002/ES (Ú. v. EÚ L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (53) Ak v dôsledku umelej obchodnej alebo zmluvnej štruktúry vzniká riziko obchádzania účinného uplatňovania povinností týkajúcich sa transparentnosti stanovených v tomto nariadení, tieto povinnosti by sa mali vzťahovať na subjekt alebo subjekty, ktoré v podstate poskytujú reklamnú službu.
- (54) Pokiaľ ide o stanovenie osobitných požiadaviek, povinnosti stanovené v tomto nariadení by sa nemali chápať tak, že ukladajú poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť monitorovania v súvislosti s politickým obsahom šíreným fyzickými alebo právnickými osobami alebo že ukladajú poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť prijať proaktívne opatrenia v súvislosti s nezákonným obsahom, ktorý títo poskytovatelia šíria alebo uchovávajú.
- (55) Na podporu súladu s požiadavkami tohto nariadenia, najmä tými, ktoré sa týkajú používania techník cielenia a techník dodávania reklamy v súvislosti s online politickou reklamou, sa poskytovatelia sprostredkovateľských služieb nabádajú, aby uľahčili identifikáciu politickej reklamy, ktorú nahrali alebo šíria priamo používatelia prostredníctvom ich online sprostredkovateľskej služby. Poskytovatelia sprostredkovateľských služieb by napríklad mohli dať používateľom k dispozícii účinné mechanizmy na označenie toho, že reklamné oznámenie je politické.

- (56) Transparentnosť politickej reklamy by mala umožniť fyzickým osobám pochopiť, že sú vystavené politickému reklamnému oznámeniu. Vydavatelia politickej reklamy by mali spolu s každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie jasného vyhlásenia o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, a ďalších informácií, ako je totožnosť jeho zadávateľa, politická kampaň, ktorej je súčasťou, a či boli v jeho prípade použité techniky cielenia a techniky dodávania reklamy. V prípade potreby môže meno zadávateľa obsahovať politické logo. Vydavatelia politickej reklamy by mali zabezpečiť, aby boli politické reklamné oznámenia správne označené, a mali by používať označovanie, ktoré je účinné a ktoré zahŕňa presne stanovené informácie vrátane jasného uvedenia informácie o tom, kde možno nájsť oznámenie o transparentnosti. Na Komisiu by sa mali preniesť vykonávacie právomoci prijímať vykonávacie akty, ktorými sa stanoví formát a vzor označenia a zabezpečí, aby sa prispôbili použitému médiu, pričom sa zohľadní najnovší technologický vývoj a vývoj na trhu, príslušný vedecký výskum a najlepšie postupy.

(57) S cieľom podporiť zodpovednosť v politickom procese by informácie, ktoré sa majú poskytnúť v oznámení o transparentnosti, mali zahŕňať aj totožnosť zadávateľa a v náležitom prípade subjektu, ktorý v konečnom dôsledku riadi zadávateľa. Malo by sa jasne uviesť miesto usadenia zadávateľa a informácia, či je zadávateľ fyzická alebo právnická osoba. V oznámení o transparentnosti by sa nemali uvádzať osobné údaje týkajúce sa fyzických osôb zapojených do politickej reklamy, ktoré nesúvisia so zadávateľom alebo s inými zapojenými politickými aktérmi. Oznámenie o transparentnosti by malo obsahovať aj informácie o období šírenia, akýchkoľvek súvisiacich voľbách, vynaloženej sume a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za konkrétne reklamné oznámenie, ako aj za celú politickú reklamnú kampaň, informácie o zdroji použitých prostriedkov a ďalšie informácie na zabezpečenie spravodlivosti šírenia politického reklamného oznámenia. Informácie o zdroji použitých prostriedkov sa týkajú napríklad ich verejného alebo súkromného pôvodu a toho, či pochádzajú z Únie alebo mimo nej. Informácie týkajúce sa súvisiacich volieb alebo referend by mali podľa možnosti zahŕňať odkaz na informácie z oficiálnych zdrojov týkajúce sa organizácie a modalít účasti alebo podpory účasti na týchto voľbách alebo referendách. Ak sa politické reklamné oznámenie opätovne uverejní po tom, ako bolo pozastavené alebo ukončené v dôsledku porušenia tohto nariadenia, malo by sa to uviesť v oznámení o transparentnosti, aby sa tak zabezpečilo náležité informovanie fyzických osôb. Oznámenie o transparentnosti by malo byť k dispozícii hneď po uverejnení alebo šírení reklamného oznámenia a informácie, ktoré obsahuje, by sa mali aktualizovať. Oznámenie o transparentnosti by malo okrem toho obsahovať informácie o tom, ako oznámiť politické reklamné oznámenia v súlade s mechanizmami stanovenými v tomto nariadení. Touto požiadavkou by nemali byť dotknuté ustanovenia o oznamovaní stanovené v nariadení (EÚ) 2022/2065.

- (58) S cieľom zabezpečiť väčšiu transparentnosť politickej reklamy je potrebné zhromažďovať a v príslušnom oznámení o transparentnosti uvádzať informácie o dosahu politickej reklamy a o záujme fyzických osôb o ňu. Dosah posolstva sa týka údajov, ktoré umožňujú kvantifikovať geografické rozloženie a počet fyzických osôb, ktoré si politickú reklamu pozreli, ktoré ju dostali alebo s ňou stretli v inej podobe, vrátane počtu pozretí, zobrazení reklamy a kliknutí. Záujem o posolstvo sa týka údajov, ktoré umožňujú kvantifikovať interakcie fyzických osôb s online politickou reklamou, ktoré sa merajú rôznymi spôsobmi vrátane dĺžky interakcie s politickým reklamným oznámením. Kvantifikáciou dosahu a záujmu sa by mali zaoberať príslušné normy pre prípravu označovania a oznámení o transparentnosti politických reklamných oznámení.
- (59) Prezentácia informácií v oznámení o transparentnosti sa môže líšiť v závislosti od použitých prostriedkov. V záujme ľahkého prístupu k informáciám uvedeným v oznámení o transparentnosti pri reklamnom oznámení offline by sa mohol použiť napríklad odkaz na osobitnú webovú stránku, QR kód (Quick Response code) alebo rovnocenné používateľsky ústretové technické opatrenia. Požiadavka, aby boli informácie obsiahnuté v oznámení o transparentnosti okrem iného jasne viditeľné, by mala znamenať, že sa zreteľne uvádzajú v reklamnom oznámení alebo spolu s ním. Požiadavka, aby informácie uverejnené v oznámení o transparentnosti boli ľahko prístupné, strojovo čitateľné, ak je to technicky možné, a používateľsky ústretové, by mala znamenať, že vyhovujú potrebám osôb so zdravotným postihnutím, a to dodržaním príslušných požiadaviek na prístupnosť okrem iného tým, že sa informácie, ak je to technicky možné, sprístupnia prostredníctvom viac než jedného zmyslového kanála. S cieľom zohľadniť najnovší technologický vývoj a vývoj na trhu, príslušný vedecký výskum a najlepšie postupy a zabezpečiť, aby sa oznámenia o transparentnosti prispôbili použitému médiu, by sa mali na Komisiu preniesť vykonávacie právomoci prijímať vykonávacie akty, ktorými sa stanoví ich formát a stanovia technické špecifikácie.

- (60) Je potrebné, aby v prípade, že sa politická reklama sprístupňuje elektronicky, a to aj prostredníctvom online média, bolo aj sprievodné oznámenie o transparentnosti dostupné elektronicky a v strojovo čitateľnom formáte. Politickú reklamu, ktorá je k dispozícii len prostredníctvom offline média, ako sú tlačené letáky alebo noviny, môžu sprevádzať oznámenia o transparentnosti, ktoré sú takisto k dispozícii len prostredníctvom offline média, a to ako súčasť toho istého tlačeného letáku alebo novín. Ak sa však politická reklama sprístupňuje prostredníctvom offline média a oznámenie o transparentnosti sa sprístupňuje elektronicky, oznámenie o transparentnosti by malo byť aj v strojovo čitateľnom formáte.
- (61) Informácie by sa mali považovať za strojovo čitateľné, ak sa poskytujú vo formáte, ktorý môžu softvérové aplikácie automaticky spracúvať bez ľudského zásahu, najmä na účely identifikácie, rozpoznania a extrahovania konkrétnych údajov z nich.
- (62) Oznámenia o transparentnosti by mali byť vytvorené tak, aby zvyšovali informovanosť používateľov a pomohli jasne identifikovať politické reklamné oznámenie ako také. Mali by byť navrhnuté tak, aby zostali na mieste alebo zostali prístupné v prípade, že sa politické reklamné oznámenie ďalej šíri, napríklad tým, že sa uverejní na inej platforme alebo si ho postupujú fyzické osoby. Informácie uvedené v oznámení o transparentnosti by sa mali uverejňovať od začiatku uverejňovania politických reklamných oznámení a byť uverejnené až do konca ich uverejňovania. Vydavatelia politickej reklamy by mali svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými úpravami uchovávať počas obdobia siedmich rokov od posledného uverejnenia a na požiadanie ich sprístupniť.

(63) Keďže vydavatia politickej reklamy sprístupňujú politické reklamné oznámenia verejnosti, mali by informácie, ktoré sú súčasťou oznámenia o transparentnosti, uverejňovať alebo šíriť na verejnosti spolu s uverejnením alebo šírením politického reklamného oznámenia. Ak vydavateľ politickej reklamy akýmkoľvek spôsobom zistí, že politické reklamné oznámenie nespĺňa požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia, napríklad na základe individuálneho upozornenia, mal by vynaložiť čo najväčšie úsilie o doplnenie alebo opravu informácií požadovaných podľa tohto nariadenia. Ak informácie nemožno bez zbytočného odkladu doplniť alebo opraviť, vydavatia politickej reklamy by nemali verejnosti sprístupniť politické reklamné oznámenie, ktoré nespĺňa požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia, alebo by mali ukončiť jeho uverejňovanie alebo šírenie pre verejnosť. V takých prípadoch by vydavatia politickej reklamy mali dotknutých poskytovateľov služieb politickej reklamy a v relevantných prípadoch aj zadávateľa informovať o primeraných krokoch prijatých na splnenie požiadaviek podľa tohto nariadenia. Vydavateľ by mal o akomkoľvek rozhodnutí prijatom v tejto súvislosti informovať zadávateľa alebo poskytovateľa služieb konajúceho v mene zadávateľa.

(64) S cieľom zabezpečiť uverejňovanie informácií o online politickej reklame požadovaných podľa tohto nariadenia a účinný prístup k nim pre všetky zainteresované fyzické osoby je potrebné, aby Komisia zriadila a zabezpečila, či už priamo alebo zverením tejto povinnosti riadiacemu orgánu, správu verejného archívu všetkých online politických reklamných oznámení, európskeho archívu online politických reklamných oznámení. Každé delegovanie právomocí na riadiaci orgán by malo podliehať potrebným regulačným úpravám. S cieľom podporiť prístup fyzických osôb k informáciám, a to aj na uľahčenie práce zainteresovaných aktérov, ako sú výskumní pracovníci v rámci svojej osobitnej úlohy, a podporovať slobodné a spravodlivé voľby alebo referendá a spravodlivé volebné kampane, a to aj prostredníctvom kontroly zadávateľov politického reklamného oznámenia a analýzou prostredia politických reklamných oznámení, by tento archív mal počas vymedzeného obdobia prostredníctvom jednotného portálu obsahovať funkciu umožňujúcu prístup k online politickej reklame, ako aj k informáciám požadovaným podľa tohto nariadenia. Tento archív by mal zahŕňať hostingovú službu, ktorá zabezpečuje bezplatnú dostupnosť online politickej reklamy a informácií, ktoré sú s ňou uverejnené, aby sa podporili vydavatelia politickej reklamy, ktorí nie sú veľmi veľkými online platformami alebo veľmi veľkými internetovými vyhľadávačmi v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/2065. Títo vydavatelia politickej reklamy by mali potrebné informácie sprístupniť v stanovenej lehote. Vydavatelia politickej reklamy a zadávatelia by mali byť naďalej zodpovední za politické reklamné oznámenia a iné informácie sprístupnené prostredníctvom európskeho archívu online politických reklamných oznámení, a to aj za ich úplnosť a presnosť a za zabezpečenie ich aktuálnosti.

S cieľom zabezpečiť účinné fungovanie európskeho archívu online politických reklamných oznámení by sa mali na Komisiu preniesť vykonávacie právomoci prijímať vykonávacie akty, ktorými sa stanovujú podrobné opatrenia na prevádzku tohto archívu. Uvedené vykonávacie akty by sa mali týkať okrem iného spoločnej štruktúry údajov a aplikačného programovacieho rozhrania s cieľom umožniť prenos potrebných informácií, ako aj ich vyhľadávanie v archíve, metaúdajov s cieľom uľahčiť indexáciu politických reklamných oznámení internetovými vyhľadávačmi a ich začlenenie do archívu a štandardizované riešenia autentifikácie s cieľom umožniť prepojenie informácií o transparentnosti s politickými reklamnými oznámeniami, ako aj autentifikáciu verzií informácií.

- (65) Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali pri plnení svojich povinností podľa tohto nariadenia náležite zohľadňovať základné práva a iné práva a oprávnené záujmy. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali predovšetkým venovať náležitú pozornosť slobode prejavu a právu na informácie vrátane slobody a plurality médií.

- (66) Vydavatelja politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami alebo veľmi veľkými internetovými vyhľadávačmi v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/2065, by okrem toho mali zabezpečiť, aby sa v prípade každého politického reklamného oznámenia informácie obsiahnuté v oznámení o transparentnosti sprístupnili v archívoch reklamných oznámení uvedených v článku 39 uvedeného nariadenia a aby boli sprístupnené prostredníctvom európskeho archívu online politických reklamných oznámení. Takéto informácie by sa mali sprístupňovať od chvíle uverejnenia a aktualizovať a poskytovať podľa dohodnutej odvetvovej normy pre prístupnosť, štruktúru údajov a prístup prostredníctvom spoločného verejne dostupného aplikačného programovacieho rozhrania.
- (67) Ak je poskytovateľ služby politickej reklamy, ktorý hostuje alebo inak uchováva a poskytuje obsah politického reklamného oznámenie, oddelený od poskytovateľa služby politickej reklamy, ktorý riadi webové sídlo alebo iné rozhranie, na ktorom sa politické reklamné oznámenie v konečnom dôsledku prezentuje, mali by sa takíto poskytovatelia posudzovať spoločne ako vydavatelja politickej reklamy so zodpovednosťou v súvislosti s konkrétnou službou, ktorú poskytujú, aby sa zabezpečilo označovanie a aby bolo k dispozícii oznámenie o transparentnosti a príslušné informácie. Ich zmluvné dojednania by mali umožniť súlad s týmto nariadením.

- (68) Informácie o sumách a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za služby politickej reklamy môžu užitočne prispieť k politickej diskusii. Je potrebné zabezpečiť, aby z výročných správ vypracovaných príslušnými vydavateľmi politickej reklamy bolo možné získať primeraný prehľad o činnosti politickej reklamy. Na podporu dohľadu a zodpovednosti by takéto podávanie správ malo obsahovať informácie o výdavkoch na cielenie alebo dodávanie politickej reklamy v príslušnom období agregovaných podľa kampane a jeho súčasťou by mali byť ako relevantné aj informácie, ktoré vydavateľom politickej reklamy postúpili iné subjekty. Aby sa predišlo neúmernej záťaži, uvedené povinnosti týkajúce sa podávania správ o transparentnosti by sa nemali vzťahovať na mikropodniky a malé a stredné podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ.

(69) Vydavатели политической рекламы, которые предоставляют услуги политической рекламы, должны ввести механизмы, которые позволят физическим или юридическим лицам сообщить, что конкретное политическое рекламное сообщение, которое опубликовано, не соответствует данному распоряжению. В этой связи играют ключевую роль организации гражданского общества, неправительственные организации и организации, следящие за соблюдением демократических принципов, журналисты и другие заинтересованные субъекты. Механизмы для сообщения о таком рекламном сообщении должны быть легко доступны и удобны и должны быть адаптированы к форме рекламы, распространяемой издателем политической рекламы. Если это возможно, эти механизмы должны быть доступны из самого рекламного сообщения, например на веб-сайте издателя политической рекламы. В случае необходимости издатели политической рекламы должны ввести технические меры для обеспечения минимальных уровней безопасности информационных технологий, включая меры, которые должны предотвратить автоматическое оповещение. Выходители политической рекламы должны иметь возможность использовать существующие механизмы. Например, если издатели политической рекламы являются поставщиками услуг хостинга в соответствии с распоряжением (ЕС) 2022/2065, когда речь идет о политических рекламных сообщениях, размещенных по запросу получателей их услуг, издатели политической рекламы должны иметь возможность опираться в случае сообщения о несоответствии таких рекламных сообщений данному распоряжению о механизмах уведомления и принятии мер в соответствии с указанным распоряжением. Если указанные механизмы не являются доступными, физические лица должны иметь возможность сообщить о таком политическом рекламном сообщении непосредственно соответствующему органу.

- (70) V záujme konzistentného vykonávania mechanizmov umožňujúcich oznamovanie potenciálne nevyhovujúcej politickej reklamy by Komisia mala vypracovať usmernenia, najmä na podporu prípravy vhodných technických špecifikácií mechanizmov, ktoré budú prispôsobené audiovizuálnym a tlačným médiám, ako aj online i offline reklame.
- (71) Vydavatia politickej reklamy by mali oznámenia prijaté podľa tohto nariadenia preskúmať a zaoberať sa nimi s náležitou starostlivosťou, nesvojvoľne a objektívne, ako sa uvádza v tomto nariadení. Vydavateľ politickej reklamy by mal potvrdiť doručenie oznámenia a informovať v relevantnom prípade fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá podala oznámenie, o opatreniach prijatých v nadväznosti naň a poskytnúť informácie o možnostiach nápravy, a to aj, v príslušnom prípade, o možnostiach podľa smernice Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2020/1828⁹, pokiaľ ide o reklamné oznámenie, ktorého sa oznámenie týka. Vydavateľ politickej reklamy by mal takisto informovať dotknutých zadávateľov alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy o všetkých príslušných opatreniach, ktoré prijíma v nadväznosti na oznámenia, aby zabezpečil, že dotknutí zadávatelia a poskytovatelia služieb politickej reklamy budú informovaní o dôsledkoch oznámení. S cieľom zabezpečiť účinné fungovanie týchto mechanizmov v poslednom mesiaci pred voľbami alebo referendum, čo je obzvlášť citlivé obdobie, by vydavatia politickej reklamy, ktorí sa nepovažujú za mikropodniky, malé alebo stredné podniky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ, mali oznámenia, ktoré dostanú o reklamnom oznámení súvisiacom s danými voľbami alebo referendum, spracovať do 48 hodín za predpokladu, že oznámenie možno úplne spracovať na základe informácií, ktoré sú v ňom uvedené.

⁹ Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2020/1828 z 25. novembra 2020 o žalobách v zastúpení na ochranu kolektívnych záujmov spotrebiteľov a o zrušení smernice 2009/22/ES (Ú. v. EÚ L 409, 4.12.2020, s. 1).

- (72) Každé opatrenie, ktoré prijme vydavateľ politickej reklamy, by malo byť prísne cielené v tom zmysle, že by malo v prvom rade slúžiť na opravu alebo doplnenie požadovaných informácií a len v krajnom prípade na odstránenie konkrétnych prvkov informácií, ktoré nie sú v súlade s týmto nariadením. Vydavateľ politickej reklamy by mal pritom náležite zohľadňovať slobodu prejavu a právo na informácie a ďalšie základné práva.
- (73) S cieľom umožniť určitým subjektom zohrávať svoju úlohu v demokraciách je vhodné stanoviť pravidlá prenosu informácií uverejnených s politickým reklamným oznámením alebo uvedených v oznámení o transparentnosti zainteresovaným aktérom, ako sú preverení výskumní pracovníci, novinári, organizácie občianskej spoločnosti a uznaní pozorovatelia volieb, aby sa podporilo plnenie ich príslušných úloh v demokratickom procese. Od poskytovateľov služieb politickej reklamy by sa nemalo vyžadovať, aby odpovedali na žiadosti, ktoré *sú* nejasné, excesívne alebo sa týkajú informácií, ktoré nemajú v držbe. Okrem toho by mal mať príslušný poskytovateľ služieb politickej reklamy možnosť účtovať v prípade značných nákladov primeraný poplatok, a to s ohľadom na administratívne náklady na poskytovanie informácií.

(74) Osobné údaje získané priamo od fyzických osôb alebo nepriamo, ako sú napríklad zistené alebo odvodené údaje, pri zoskupovaní fyzických osôb podľa ich predpokladaných záujmov alebo získané na základe ich aktivity online, profilovania správania a iných analytických techník, sa čoraz častejšie používajú na cielenie politických posolstiev skupinám alebo individuálnym voličom či fyzickým osobám a na zosilnenie ich vplyvu. Na základe spracúvania osobných údajov, najmä osobitných kategórií osobných údajov podľa nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725, možno voličov alebo fyzické osoby rozdeliť do rôznych skupín a využiť ich vlastnosti alebo zraniteľné miesta, napríklad šírením reklamných oznámení v konkrétnych momentoch a na konkrétnych miestach tak, aby sa využili situácie, keď sú citliví na určitý druh informácií alebo posolstva. Takéto spracúvanie osobných údajov má konkrétne a nepriaznivé vplyvy na základné práva a slobody fyzických osôb, ako je právo na spravodlivé a rovnaké zaobchádzanie, právo nebyť manipulovaný, dostávať objektívne informácie, vytvárať si názor, prijímať politické rozhodnutia a uplatňovať svoje právo voliť. Okrem toho to nepriaznivo ovplyvňuje demokratický proces, pretože to spôsobuje fragmentáciu verejnej diskusie o dôležitých spoločenských otázkach, selektívny dosah a v konečnom dôsledku manipuláciu voličov. Zvyšuje sa tým aj riziko nárastu manipulácie s informáciami a zahraničného zasahovania. Zavádzajúca alebo skrytá politická reklama predstavuje riziko, pretože ovplyvňuje základné mechanizmy, ktoré umožňujú fungovanie našej demokratickej spoločnosti. Mali by sa stanoviť ešte iné obmedzenia a podmienky, ako sú obmedzenia a podmienky stanovené v nariadeniach (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725. Požiadavky stanovené v tomto nariadení o používaní techník cielenia a techník dodávania reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov v súvislosti s politickou reklamou, by mali vychádzať z článku 16 ZFEÚ.

(75) V súlade s právom Únie by prevádzkovatelia v zmysle vymedzenia v článku 4bode 7 nariadenia (EÚ) 2016/679 mali zabezpečiť, aby individuálne rozhodovanie nebolo ovplyvnené temnými vzorcami, ktoré, či už zámerne, alebo fakticky, podstatne narúšajú alebo obmedzujú autonómne a informované rozhodovanie, a to aj použitím vopred zaškrtnutých políčok a iných zaujatých a netransparentných techník, ktoré fyzické osoby vedú alebo nabádajú ku konkrétnym rozhodnutiam, ktoré by inak možno neurobili. Systematické používanie temných vzorcov, nejasné dohody o súhlase, zavádzajúce informácie a nedostatočný čas na čítanie obchodných podmienok sú bežné postupy, ktoré fyzickým osobám sťažujú získanie jasných informácií a kontrolu v odvetví online reklamy. Pravidlá, ktoré majú zamedziť používaniu temných vzorcov, by sa nemali chápať tak, že bránia prevádzkovateľom v priamej interakcii s fyzickými osobami. Prevádzkovatelia by však nemali opakovane požadovať od fyzickej osoby, aby si vybrala, keď tak už urobila, nemali by výrazne sťažovať odvolanie súhlasu v porovnaní s jeho poskytnutím, nemali by sťažovať určité možnosti výberu či zvyšovať ich náročnosť z časového hľadiska v porovnaní s inými, alebo používať predvolené nastavenia, ktoré sa veľmi ťažko menia a ktoré neprimerane ovplyvňujú rozhodovanie fyzickej osoby spôsobom, ktorý narušuje a obmedzuje jeho samostatnosť, rozhodovanie a výber. Mechanizmus získavania rozhodnutí od fyzických osôb by mal byť jasný a ľahko použiteľný, pričom cieľom relatívneho zdôrazňovania alternatív by nemalo byť ovplyvňovanie rozhodnutia fyzickej osoby. Informácie poskytované fyzickým osobám v tejto súvislosti by mali byť stručné a vypracované v jasnom a zrozumiteľnom jazyku a mali by byť ľahko, zreteľne a priamo dostupné.

- (76) Vydavатели politickej reklamy, ktorí sú poskytovateľmi alebo používateľmi techník dodávania reklamy, by sa mali nabádať, aby poskytovali riešenia, ktoré minimalizujú možnosť diskriminácie pri dodávaní politického reklamného oznámenia na základe spracúvania osobných údajov.
- (77) Techniky cielenia a techniky dodávania reklamy, ktoré zahŕňajú profilovanie pomocou osobitných kategórií osobných údajov uvedených v nariadeniach (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725, by mali byť v súvislosti s online politickou reklamou zakázané. Pri používaní týchto techník v súvislosti s online politickou reklamou by nemalo byť možné odvolávať sa na výnimky stanovené v článku 9 ods. 2 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 2 nariadenia (EÚ) 2018/1725. Používanie techník cielenia a techník dodávania reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie iných osobných údajov ako osobných údajov osobitných kategórií, v súvislosti s online politickou reklamou by sa malo povoliť len vtedy, ak je založené na osobných údajoch, ktoré poskytli dotknuté osoby s výslovným súhlasom a ktoré sa poskytujú samostatne na účely politickej reklamy. Vzhľadom na úlohu politických strán, nadácií, združení alebo akýchkoľvek iných neziskových subjektov v našej demokracii by takéto obmedzenia nemali mať vplyv na ich schopnosť komunikovať so svojimi členmi a bývalými členmi a šíriť informácie, ako sú informačné bulletiny, ktoré súvisia s ich politickou činnosťou, ak sú založené výlučne na údajoch o predplatnom a na osobných údajoch, ktoré poskytli. Na spracúvanie osobných údajov sa vzťahujú nariadenia (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 a výslovný súhlas by sa mal chápať ako súhlas v zmysle uvedených nariadení. Ak sa techniky cielenia a techniky dodávania reklamy používajú za podmienok stanovených v tomto nariadení, môžu byť užitočné pri šírení politickej reklamy a informácií a pri oslovovaní a informovaní občanov.

- (78) Prevádzkovatelia by nemali používať osobné údaje získané od tretích strán na účely cielenia alebo dodávania politickej reklamy. S cieľom prispieť k predchádzaniu manipulatívneho mikrocieleniu je nevyhnutné, aby poskytovatelia služieb politickej reklamy prijali osobitné opatrenia, ktorými sa zabezpečí, aby osobné údaje, ktoré sa zhromažďujú a spracúvajú na účely cielenia a dodávania politickej reklamy, boli obmedzené na to, čo je nevyhnutné v súvislosti s týmto účelom, napríklad tým, že obmedzia dostupnosť možností cielenia a dodávania politickej reklamy ponúkaných príjemcom služieb na možnosti, ktoré vyžadujú len kombináciu najviac piatich kategórií.
- (79) Požiadavka, aby cielenie alebo dodávanie politickej reklamy nebolo založené na profilovaní pomocou osobitných kategórií osobných údajov, zahŕňa profilovanie pomocou osobitných kategórií osobných údajov vyhodnotených na základe osobných údajov, ktoré samy osebe nie sú osobitnými kategóriami osobných údajov. Mohlo by to tak byť napríklad vtedy, keď prevádzkovateľ použije osobné údaje, ktoré nie sú osobitnými kategóriami osobných údajov, na kategorizáciu dotknutých osôb ako osôb s určitým náboženským, filozofickým alebo politickým presvedčením bez ohľadu na to, či je uvedená kategorizácia pravdivá. Ak sa pri spracúvaní osobných údajov zistí osobitná kategória osobných údajov, nemalo by byť dôležité, ako je kategória označená. Ak používateľ online sociálnej siete navštíví konkrétnu stránku alebo používa aplikáciu alebo inú online funkciu či službu, na ktorú sa vzťahuje jedna alebo viacero kategórií uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679, a prípadne poskytuje osobné údaje pri registrácii, zadávaní online objednávky alebo inej interakcii so sociálnou sieťou, spracúvanie osobných údajov prevádzkovateľom tejto online sociálnej siete by sa malo považovať za „spracúvanie osobitných kategórií osobných údajov“ v zmysle uvedeného článku, čo je v zásade zakázané, ak toto spracúvanie údajov umožňuje odhalenie informácií patriacich do jednej z týchto kategórií bez ohľadu na to, či sa tieto informácie týkajú používateľa tejto sociálnej siete alebo akejkoľvek inej fyzickej osoby. Platí to bez ohľadu na to, či dotknutá osoba bola informovaná o zámere použiť takéto údaje na účely cielenia alebo dodávania politických reklamných oznámení v čase ich zhromažďovania.

(80) Súhlas so spracúvaním osobných údajov sa poskytuje a odvoláva v súlade s nariadeniami (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725. Takýto súhlas by sa mal poskytnúť jasným potvrdzujúcim úkonom alebo vyhlásením, ktorým sa preukazuje slobodne poskytnutý, konkrétny, informovaný a jednoznačný prejav súhlasu dotknutej osoby so spracúvaním osobných údajov na účely politickej reklamy. Okrem toho by mal byť súhlas na účely tohto nariadenia výslovný a na účely politickej reklamy poskytnutý osobitne. Na účely tohto nariadenia, a to najmä v prípadoch, keď sa súhlas so spracúvaním osobných údajov na cielenie na politické reklamné oznámenia alebo ich dodávanie získa počas poskytovania online služby, by prevádzkovatelia mali získať súhlas tým, že dotknutej osobe predložia používateľsky ústretové riešenie, ako môže súhlas poskytnúť, zmeniť alebo odvolať výslovným, jasným a jednoduchým spôsobom. Prevádzkovatelia by nemali navrhovať, organizovať a prevádzkovať rozhrania tak, aby zavádzali, manipulovali alebo inak podstatne narušovali alebo obmedzovali schopnosť dotknutej osoby slobodne poskytnúť súhlas na tento konkrétny účel. Na účely tohto nariadenia nie je možné vyhnúť sa požiadavke získať súhlas so spracúvaním osobných údajov tým, že sa vyhlási, že dotknutá osoba sprístupnila dotknuté osobné údaje širokej verejnosti. Odvolanie súhlasu so spracúvaním osobných údajov na účel cielenia alebo dodania politickej reklamy by malo byť rovnako jednoduché ako jeho poskytnutie. Odmietnutie súhlasu alebo jeho odvolanie by nemalo byť pre dotknutú osobu zložitejšie ani časovo náročnejšie ako jeho poskytnutie. Mali by sa rešpektovať elektronické signály, ktorými jednotlivец vyjadruje, že si nepraje dostávať politickú reklamu.

- (81) So zreteľom na rozsudok Súdneho dvora zo 4. júla 2023 vo veci C-252/21¹⁰ Meta Platforms a iní (Všeobecné podmienky používania sociálnej siete) by dotknuté osoby mali mať možnosť odmietnuť v súvislosti s politickou reklamou poskytnutie súhlasu s konkrétnymi operáciami spracúvania údajov bez toho, aby museli úplne prísť o získanie prístupu k online službe. Ako rozhodol Súdny dvor, týmto používateľom by sa mala ponúknuť rovnocenná alternatíva, pri ktorej sa nevykonávajú takéto operácie spracúvania údajov.
- (82) Veľmi mladí ľudia predstavujú obzvlášť zraniteľnú skupinu, ktorú možno zneužívaním techník cielenia a techník dodávania reklamy poškodiť. Hoci tieto fyzické osoby ešte nemajú právo voliť, môžu sa stať cieľom práve na účely manipulácie diskusie. Preto by sa v súvislosti s politickou reklamou mali zakázať techniky cielenia alebo techniky dodávania reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov subjektu, o ktorom je s primeranou istotou známe, že je aspoň o jeden rok pod vekovou hranicou stanovenou vnútroštátnymi pravidlami ako podmienka účasti vo voľbách.
- (83) S cieľom zabezpečiť zvýšenú transparentnosť a zodpovednosť pri využívaní techník cielenia a techník dodávania reklám v súvislosti s online politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, by prevádzkovatelia mali zaviesť dodatočné požiadavky týkajúce sa transparentnosti. Takéto požiadavky by mali okrem iného zahŕňať prijatie politiky opisujúcej používanie takýchto techník a hlavných parametrov, vedenie záznamov o ich používaní, vykonávanie ročného posúdenia rizika používania týchto techník v oblasti základných práv a slobôd a poskytovanie dodatočných informácií potrebných na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť príslušnú logiku, spolu s uvedením, že reklamné oznámenie je politickým reklamným oznámením.

¹⁰ Rozsudok Súdneho dvora zo 4. júla 2023, Meta Platforms a i. (Všeobecné podmienky používania sociálnej siete), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) Požiadavky na transparentnosť a zodpovednosť by sa mali vzťahovať na všetkých prevádzkovateľov bez ohľadu na to, či prevádzkovateľ koná sám za seba, spoločne s poskytovateľom služieb politickej reklamy alebo je rovnakým subjektom ako vydavateľ politickej reklamy. V prípadoch, keď prevádzkovateľ nie je vydavateľom politickej reklamy, mal by vydavateľovi politickej reklamy zaslať internú stratégiu a zabezpečiť, aby sa vydavateľovi politickej reklamy včas a správne oznámili ďalšie informácie potrebné na dosiahnutie súladu s týmto nariadením.
- (85) Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali zaslať vydavateľom politickej reklamy informácie potrebné na splnenie ich povinností podľa tohto nariadenia. Zasielanie takýchto informácií by sa mohlo automatizovať a integrovať do bežných obchodných procesov na základe noriem.
- (86) V záujme ďalšieho posilnenia postavenia fyzických osôb pri výkone ich práv na ochranu údajov by vydavatelia politickej reklamy mali dotknutým osobám poskytnúť ďalšie informácie a účinné nástroje na podporu výkonu ich práv podľa právneho rámca Únie na ochranu údajov vrátane práva zmeniť svoje osobné údaje alebo odvolať svoj súhlas, ak sú cieľom politického reklamného oznámenia. Tieto informácie by mali byť aj ľahko prístupné priamo z oznámenia o transparentnosti. Nástroje, ktoré majú fyzické osoby k dispozícii na podporu výkonu svojich práv, by mali byť účinné, aby spĺňali účel zabrániť cieleniu politických reklamných oznámení na fyzickú osobu, ako aj zabrániť cieleniu na základe konkrétnych kritérií a zo strany jedného konkrétneho prevádzkovateľa alebo viacerých konkrétnych prevádzkovateľov.

- (87) Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade so všetkými požiadavkami platnými pre používanie techník cielenia a techník dodávania reklamy podľa tohto nariadenia, by sa mali predkladať vo formáte, ktorý je ľahko dostupný, jasne viditeľný, používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka, a ktorý je prístupný pre osoby so zdravotným postihnutím.
- (88) Je vhodné stanoviť pravidlá zasielania informácií o cielení a dodávaní reklamy iným zainteresovaným subjektom. Uplatniteľný režim by mal byť v súlade s režimom zasielania informácií spojeným s požiadavkami na transparentnosť.
- (89) Poskytovatelia služieb politickej reklamy usadení v tretej krajine, ktorí ponúkajú služby v Únii, by mali určiť splnomocneného právneho zástupcu v Únii, ktorý je registrovaný na určenom príslušnom orgáne každého členského štátu, aby sa umožnil účinný dohľad nad týmto nariadením vo vzťahu k týmto poskytovateľom. Právnym zástupcom by mohol byť zástupca určený na základe článku 27 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo právny zástupca určený na základe článku 13 nariadenia (EÚ) 2022/2065. Členské štáty by mali viesť verejne dostupný register všetkých právnych zástupcov registrovaných na ich území podľa tohto nariadenia a Komisia by mala zriadiť a viesť verejne dostupný portál prepojený s webovými sídlami, ktoré poskytujú členské štáty. Vzhľadom na význam uvedenej požiadavky pre účinné presadzovanie tohto nariadenia vo vzťahu k poskytovateľom služieb politickej reklamy usadeným v tretej krajine, ako aj pre zachovanie rovnakých podmienok pre všetkých poskytovateľov služieb politickej reklamy na vnútornom trhu, ak nebol určený právny zástupca, členské štáty by mali prijať vhodné opatrenia na zabezpečenie súladu s týmto nariadením, a to aj ukončením uverejňovania alebo šírenia príslušných politických reklamných oznámení, ak súlad nie je možné zabezpečiť inak.

- (90) Na účel účinného dohľadu nad týmto nariadením je potrebné zveriť orgánom dohľadu právomoc monitorovať príslušné pravidlá a presadzovať ich dodržiavanie a zabezpečiť, aby mali prostriedky potrebné na vykonávanie svojich úloh podľa tohto nariadenia. V závislosti od právneho systému každého členského štátu a v súlade s existujúcim právom Únie vrátane nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2022/2065 môžu byť na tento účel určené rôzne vnútroštátne súdne alebo správne orgány.
- (91) Pokiaľ ide o dohľad nad online sprostredkovateľskými službami podľa tohto nariadenia, členské štáty by mali na tento účel určiť príslušné orgány a zabezpečiť, aby bol takýto dohľad v súlade s dohľadom vykonávaným príslušnými orgánmi určenými podľa článku 49 nariadenia (EÚ) 2022/2065. Koordinátori digitálnych služieb určení v súlade s uvedeným nariadením v každom členskom štáte by mali byť v každom prípade zodpovední za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni v súvislosti s týmito záležitosťami a v prípade potreby nadviazať cezhraničnú spoluprácu s inými koordinátormi digitálnych služieb v súlade s mechanizmami stanovenými v uvedenom nariadení. Tento mechanizmus by sa mal pri uplatňovaní tohto nariadenia obmedziť na vnútroštátnu spoluprácu medzi koordinátormi digitálnych služieb a nemal by zahŕňať eskaláciu na úroveň Únie, ako sa stanovuje v nariadení (EÚ) 2022/2065. V rozsahu, v akom má Komisia výlučnú právomoc dohliadať na dodržiavanie povinností veľmi veľkých online platforiem a veľmi veľkých internetových vyhľadávačov v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/2065 stanovených v uvedenom nariadení a presadzovať ich dodržiavanie, by mala posudzovať, či títo aktéri dodržiavajú svoje povinnosti týkajúce sa európskeho archívu online politických reklamných oznámení.

- (92) Na dohľad nad tými aspektmi tohto nariadenia, ktoré nepatria do pôsobnosti dozorných orgánov podľa nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725, by členské štáty mali určiť príslušné orgány, aby vykonávali dohľad nad príslušnými predpismi a presadzovali ich. Na podporu dodržiavania základných práv a slobôd, právneho štátu, demokratických zásad a dôvery verejnosti v dohľad nad politickou reklamou je potrebné, aby tieto orgány boli nestranné, štrukturálne nezávislé od vonkajších zásahov alebo politických tlakov a mali primerané právomoci účinne monitorovať a prijímať opatrenia potrebné na zabezpečenie dodržiavania tohto nariadenia, najmä požiadaviek na označovanie a transparentnosť. Zatiaľ čo členské štáty môžu určiť najmä vnútroštátne regulačné orgány alebo subjekty podľa článku 30 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ¹¹, mohli by určiť aj iné orgány, ako sú napríklad volebné alebo súdne orgány.
- (93) S cieľom podporiť dozorné orgány pri plnení ich úloh by Komisia mala požiadať Európsky výbor pre ochranu údajov, aby vydal usmernenia určené dozorným orgánom uvedeným v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 o spracúvaní osobitných kategórií osobných údajov k cieleniu alebo dodávaniu politických reklamných oznámení, a to aj k podmienkam získania súhlasu na účely cielenia alebo dodávania politických reklamných oznámení a k spolupráci medzi takýmito orgánmi a inými orgánmi zodpovednými za uplatňovanie a presadzovanie požiadaviek stanovených v tomto nariadení.

¹¹ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správny opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (Ú. v. EÚ L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (94) Nezávislé dozorné orgány podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 by sa mali podporovať v tom, aby v plnej miere využívali svoje právomoci podľa uvedeného nariadenia na vykonávanie dohľadu nad ochranou osobných údajov poskytovaných podľa tohto nariadenia, a to aj v rámci postupu spolupráce, mechanizmu konzistentnosti, a najmä postupu pre naliehavé prípady. Pri politických kampaniach a pri ovplyvňovaní občanov, aby si vytvorili politické názory a vykonávali svoje práva voliť, je obzvlášť dôležité obdobie pred voľbami alebo referendumami. Toto obdobie je tiež obzvlášť citlivé, pokiaľ ide o porušenia platných pravidiel, pretože nato, aby boli nápravné opatrenia účinné, musia zvyčajne existovať už pred voľbami alebo referendumom. Preto môže mať porušenie pravidiel uplatniteľných na spracúvanie osobných údajov na účely cielenia politickej reklamy v uvedenom období obzvlášť významný negatívny vplyv na práva občanov vrátane ich slobody vytvoriť si názor bez neprimeraného zasahovania, a slobody informácií. V záujme zabezpečenia rýchlych opatrení na ochranu práv a slobôd fyzických osôb počas kritického obdobia pred hlasovaním v priebehu volieb by orgány na ochranu údajov mali zabezpečiť, že budú môcť rýchlo konať, a tak presadzovať práva dotknutých osôb. Na tento účel by orgány pre ochranu osobných údajov mali využívať celý rad nástrojov stanovených v nariadení (EÚ) 2016/679 na vzájomnú spoluprácu a vzájomnú pomoc vrátane, v príslušných prípadoch, postupu pre naliehavé prípady stanoveného v článku 66 uvedeného nariadenia.
- (95) Hoci sa príslušné orgány zodpovedné za uplatňovanie tohto nariadenia nesmú odchyliť od rozhodnutí, ktoré prijímajú dozorné orgány zodpovedné za uplatňovanie nariadenia (EÚ) 2016/679 uvedené v článku 51 uvedeného nariadenia, tieto príslušné orgány možno môžu potrebovať posúdiť, či je politická reklama v súlade s uvedeným nariadením na účely tohto nariadenia. Podľa článku 4 ods. 3 Zmluvy o EÚ majú uvedené príslušné orgány a dozorné orgány navzájom lojálne spolupracovať a dodržiavať svoje príslušné právomoci a kompetencie, aby sa zaistilo jednotné uplatňovanie oboch nariadení.

- (96) Ak už v rámci práva Únie existujú pravidlá týkajúce sa poskytovania informácií príslušným orgánom a spolupráce s týmito orgánmi a medzi nimi, ako je článok 9 nariadenia (EÚ) 2022/2065, alebo pravidlá stanovené v nariadení (EÚ) 2016/679, uvedené pravidlá by sa mali uplatňovať *mutatis mutandis* na príslušné ustanovenia tohto nariadenia.
- (97) S cieľom podporiť účinné uplatňovanie a presadzovanie ustanovení tohto nariadenia a dohľad nad nimi a bez toho, aby boli dotknuté nariadenia (EÚ) 2016/679, (EÚ) 2018/1725 a (EÚ) 2022/2065, je potrebné stanoviť, ktorý príslušný orgán by mal byť zodpovedný v prípade, že sa služby politickej reklamy poskytujú vo viac ako jednom členskom štáte alebo ak poskytovateľ služieb politickej reklamy vykonáva svoje hlavné činnosti mimo členského štátu, v ktorom sa nachádza jeho hlavné miesto podnikateľskej činnosti alebo určený právny zástupca. Ak poskytovateľ služieb poskytuje služby politickej reklamy vo viac ako jednom členskom štáte, za účinné uplatňovanie ustanovení tohto nariadenia, dohľad nad nimi a ich presadzovanie by v zásade mal byť zodpovedný príslušný orgán alebo orgány členského štátu, v ktorom sa nachádza hlavné miesto podnikateľskej činnosti poskytovateľa služieb politickej reklamy. Pri určovaní toho, kde má poskytovateľ služieb politickej reklamy hlavné miesto podnikateľskej činnosti, by príslušné orgány mali zohľadniť, kde má tento poskytovateľ svoje ústredie alebo sídlo, v ktorom sa vykonávajú hlavné finančné operácie a prevádzková kontrola.
- (98) Príslušné orgány všetkých členských štátov by mali pri vykonávaní svojich právomocí v oblasti dohľadu a právomocí v oblasti presadzovania podľa potreby navzájom spolupracovať a vzájomne si pomáhať. Ak sa podozrenie z porušenia tohto nariadenia týka len príslušného orgánu alebo orgánov členských štátov, v ktorých poskytovateľ služieb politickej reklamy nemá hlavné miesto podnikateľskej činnosti, dotknutý príslušný orgán alebo orgány by mali informovať príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti, ktorý by mal vec následne posúdiť a podľa potreby prijať potrebné opatrenia na vyšetrovanie a presadzovanie.

- (99) S cieľom ešte viac uľahčiť účinné uplatňovanie a presadzovanie tohto nariadenia v prípade poskytovania cezhraničných služieb, ak sa vyšetovanie údajného porušenia tohto nariadenia týka poskytovania služieb politickej reklamy v jednom alebo vo viacerých členských štátoch, v ktorých poskytovateľ nemá hlavné miesto podnikateľskej činnosti, príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti by mal mať možnosť začať a viesť spoločné vyšetovanie za účasti dotknutého príslušného orgánu alebo orgánov.
- (100) Orgány zodpovedné za dohľad nad týmto nariadením by mali navzájom spolupracovať na úrovni Únie a na vnútroštátnej úrovni a čo najlepšie využívať existujúce štruktúry vrátane, podľa potreby, vnútroštátnych sietí spolupráce, Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, ako sa uvádza v odporúčaní Komisie z 12. septembra 2018 o sieťach pre spoluprácu pri voľbách, transparentnosti na internete, ochrane pred kybernetickými bezpečnostnými incidentmi a boji proti dezinformačným kampaniam v súvislosti s voľbami do Európskeho parlamentu, Európskeho výboru pre digitálne služby, ktorý je zriadený podľa nariadenia (EÚ) 2022/2065, a skupiny európskych regulačných úradov pre audiovizuálne mediálne služby zriadenej podľa smernice 2010/13/EÚ. Takáto spolupráca by mala uľahčiť rýchlu a bezpečnú výmenu informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj prostredníctvom spoločného zisťovania porušení, informovania o zisteniach, výmeny odborných znalostí a spolupráce pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.

- (101) Na účel zabezpečenia účinnej a štruktúrovanej spolupráce medzi všetkými príslušnými orgánmi vo všetkých aspektoch tohto nariadenia by sa národné kontaktné miesta určené členskými štátmi mali pravidelne stretávať na úrovni Únie v rámci siete národných kontaktných miest. S cieľom posilniť spoluprácu a výmenu informácií a postupov na úrovni Únie by uvedená sieť mala úzko spolupracovať s Európskou sieťou pre spoluprácu v oblasti volieb, so skupinou európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby a inými príslušnými sieťami alebo orgánmi.
- (102) S cieľom uľahčiť účinné uplatňovanie povinností stanovených v tomto nariadení je potrebné splnomocniť vnútroštátne orgány, aby si od poskytovateľov služieb politickej reklamy mohli vyžiadať príslušné informácie o transparentnosti politického reklamného oznámenia. Informácie poskytované príslušným orgánom by sa mohli týkať reklamnej kampane, byť zoskupené podľa rokov alebo sa týkať konkrétnych reklamných oznámení. Na zabezpečenie účinného a efektívneho vyhovenia žiadostiam o takéto informácie a zároveň aby poskytovatelia služieb politickej reklamy neboli neprímerane zaťažovaní, je potrebné stanoviť pre tieto žiadosti určité podmienky. Najmä v záujme včasného dohľadu nad priebehom volieb by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali na žiadosti príslušných orgánov reagovať rýchlo a v stanovenej lehote. Počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum by sa porušenie týchto povinností malo považovať za porušenie, ktoré negatívne a závažne ovplyvňuje práva fyzických osôb, a preto by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali požadované informácie poskytnúť v kratšej stanovenej lehote. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sa považujú za mikropodniky a malé podniky podľa článku 3 ods. 1 a 2 smernice 2013/34/EÚ, by mali poskytnúť požadované informácie bez zbytočného odkladu a podľa možnosti pred dátumom volieb alebo referenda. V záujme právnej istoty a v súlade s právom na obhajobu by žiadosti o poskytnutie informácií od príslušného orgánu mali obsahovať primerané odôvodnenie a informácie o dostupných opravných prostriedkoch.

Takéto odôvodnenie by sa nemuselo vyžadovať, ak by zverejnenie dôvodov žiadosti o informácie jasne ohrozilo predchádzanie trestným činom alebo závažným správnym deliktom, ich odhaľovanie, vyšetrovanie a stíhanie. Závažnosť správneho deliktu, ktorý odôvodňuje takúto výnimku, by sa mala určiť nielen s prihliadnutím na výšku pokuty alebo sankcie, ktorú možno uložiť podľa tohto nariadenia, ale aj na negatívny vplyv, ktorý by to mohlo mať na voľby alebo referendum, legislatívny alebo regulačný proces. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali určiť kontaktné miesta na komunikáciu s príslušnými orgánmi. Takéto kontaktné miesta by mohli byť elektronické. Z ustálenej judikatúry Súdneho dvora Európskej únie vyplýva, že ochrana fyzických aj právnických osôb pred svojvoľným alebo neprímeraným zásahom orgánov verejnej moci do oblasti súkromných činností týchto osôb predstavuje všeobecnú zásadu práva Únie. Na túto ochranu sa môže osoba odvolávať ako na právo zaručené právom Únie v zmysle článku 47 prvého odseku charty s cieľom napadnúť na súde akt, ktorý tejto osobe spôsobuje ujmu, ako je príkaz na poskytnutie informácií alebo sankcia uložená z dôvodu nesplnenia tohto príkazu.

- (103) Členské štáty by mali určiť príslušný orgán ako národné kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia. Ak je to možné, kontaktné miesto by malo byť členom Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb. Národné kontaktné miesto by malo uľahčovať spoluprácu príslušných orgánov medzi členskými štátmi pri ich úlohách dohľadu a presadzovania, najmä sprostredkúvaním komunikácie s národnými kontaktnými miestami v iných členských štátoch a s inými príslušnými orgánmi v jeho vlastnom členskom štáte.

(104) Orgány členských států by měly zabezpečit, aby porušení povinností, které jsou stanovené v tomto nařízení, zadávatelmi nebo poskytovateli služeb politické reklamy, byli sankcionované pokutami nebo finančními sankciami nebo v případě potřeby jinými opravnými prostředky včetně pravidelných penále. Přitom by měly brát do úvahy povahu, závažnost, opakování a trvání porušování vzhledem na dotknutý veřejný zájem, rozsah a druh vykonávaných činností, a v příslušném případě aj velikost a ekonomické možnosti porušovatele. Orgány členských států by okrem toho mali brať do úvahy skutočnosť, či dotknutý zadávateľ alebo poskytovateľ služieb politickej reklamy systematicky alebo opakovane neplní tieto povinnosti, a to aj tým, že oddaľuje poskytovanie informácií zainteresovaným subjektom, prípadne aj to, či poskytovateľ služieb politickej reklamy pôsobí vo viacerých členských štátoch. Sankcie by mali byť v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce s náležitým ohľadom na poskytnutie dostatočných a dostupných procesných záruk, a najmä na potrebu zabezpečiť, aby politická diskusia zostala otvorená a prístupná. Pri účinnom plnení cieľov tohto nariadenia zohrávajú kľúčovú úlohu určité povinnosti a porušenia týchto povinností by sa mali považovať za obzvlášť závažné.

- (105) Fyzické osoby alebo subjekty by mali mať možnosť podávať sťažnosti príslušným orgánom, aby ich informovali o okolnostiach, ktoré by mohli predstavovať porušenie tohto nariadenia. Malo by sa pripomenúť, že v tejto súvislosti by sa mohli uplatňovať aj iné administratívne postupy stanovené v práve Únie. Dotknuté osoby majú napríklad právo podať sťažnosti dozorným orgánom určeným podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 v prípade porušení týkajúcich sa spracúvania ich osobných údajov. Okrem toho fyzické osoby alebo subjekty majú tiež možnosť podať sťažnosť koordinátorom digitálnych služieb určeným podľa nariadenia (EÚ) 2022/2065 proti poskytovateľom sprostredkovateľských služieb za údajné porušenia uvedeného nariadenia. Bez toho, aby boli dotknuté tieto postupy alebo akýkoľvek iný správny postup alebo súdny prostriedok nápravy, by príslušné orgány mali riešiť takéto sťažnosti, a to aj informovaním sťažovateľa o opatreniach, ktoré v nadväznosti na ne prijali. Ak je príslušný orgán informovaný o sťažnosti, ktorá patrí do právomoci príslušného orgánu v inom členskom štáte, mal by bez zbytočného odkladu zaslať túto sťažnosť tomuto príslušnému orgánu.
- (106) Výkon právomocí príslušných orgánov podľa tohto nariadenia by mal podliehať primeraným procesným zárukám v súlade s právom Únie a vnútroštátnym právom vrátane účinných súdnych prostriedkov nápravy a riadneho procesu.
- (107) S cieľom podporovať dodržiavanie tohto nariadenia by sa poskytovateľom služieb a iným zainteresovaným subjektom mali poskytovať včasné a ľahko dostupné informácie o dátumoch volieb a referend. Členské štáty by preto mali uverejniť termíny svojich volieb a referend a prípadne dátumy svojich volebných období. Tieto informácie by mali byť ľahko a včasne dostupné. Tieto informácie by mali verejnosti poskytovať aj prostredníctvom portálu, ktorý sprístupní Komisia, a to bezprostredne po oznámení týchto dátumov.

- (108) S cieľom podporovať účinné vykonávanie tohto nariadenia vnútroštátnymi príslušnými orgánmi sa Komisia vyzýva, aby podľa potreby vypracovala usmernenia týkajúce sa identifikácie politickej reklamy a uplatňovania sankcií.
- (109) Na dosiahnutie cieľov tohto nariadenia by sa na Komisiu mala v súlade s článkom 290 ZFEÚ delegovať právomoc prijímať akty v súvislosti s informáciami, ktoré sa majú začleniť do oznámenia o transparentnosti, a v súvislosti s informáciami o používaní techník cielenia a techník dodávania reklamy. Je osobitne dôležité, aby Komisia počas prípravných prác uskutočnila príslušné konzultácie, a to aj na úrovni expertov, a aby tieto konzultácie vykonávala v súlade so zásadami stanovenými v Medziinštitucionálnej dohode z 13. apríla 2016¹² o lepšej tvorbe práva. Predovšetkým v záujme rovnakého zastúpenia pri príprave delegovaných aktov sa všetky dokumenty doručujú Európskemu parlamentu a Rade v rovnakom čase ako expertom z členských štátov, a experti Európskeho parlamentu a Rady majú systematicky prístup na zasadnutia skupín expertov Komisie, ktoré sa zaoberajú prípravou delegovaných aktov.
- (110) S cieľom zabezpečiť jednotné podmienky vykonávania tohto nariadenia by sa mali na Komisiu preniesť vykonávacie právomoci, ako sa uvádza v tomto nariadení. Uvedené právomoci by sa mali vykonávať v súlade s nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 182/2011¹³.

¹² Ú. v. EÚ L 123, 12.5.2016, s. 1.

¹³ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 182/2011 zo 16. februára 2011, ktorým sa ustanovujú pravidlá a všeobecné zásady mechanizmu, na základe ktorého členské štáty kontrolujú vykonávanie vykonávacích právomocí Komisie (Ú. v. EÚ L 55, 28.2.2011, s. 13).

- (111) Do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu by Komisia mala predložiť verejnú správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. Pri príprave tejto správy by Komisia mala zohľadniť aj vykonávanie tohto nariadenia v kontexte iných volieb a referend, ktoré sa konajú v Únii.
- (112) Keďže ciele tohto nariadenia, a to prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami a stanoviť pravidlá používania techník cielenia a techník dodávania reklamy v súvislosti s uverejňovaním a šírením politickej reklamy, nie je možné uspokojivo dosiahnuť na úrovni členských štátov, ale možno ich lepšie dosiahnuť na úrovni Únie, môže Únia prijať opatrenia v súlade so zásadou subsidiarity podľa článku 5 Zmluvy o EÚ. V súlade so zásadou proporcionality podľa uvedeného článku toto nariadenie neprekračuje rámec nevyhnutný na dosiahnutie týchto cieľov.

(113) Týmto nariadením nie sú dotknuté pravidlá stanovené v smerniciach Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES¹⁴, 2002/58/ES¹⁵, 2005/29/ES¹⁶, 2006/114/ES¹⁷, 2006/123/ES¹⁸, smernici 2010/13/EÚ a smernici Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ¹⁹ a v nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150²⁰, ako aj v nariadení (EÚ) 2022/2065 vrátane pravidiel zodpovednosti pre poskytovateľov sprostredkovateľských služieb stanovených v článkoch 4, 5, 6 a 8 uvedeného nariadenia. Toto nariadenie by malo dopĺňať *acquis* Únie v oblasti ochrany údajov, najmä nariadenia (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 a smernicu 2002/58/ES.

-
- ¹⁴ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode (smernica o elektronickom obchode) (Ú. v. ES L 178, 17.7.2000, s. 1).
- ¹⁵ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002 týkajúca sa spracovávanía osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách) (Ú. v. ES L 201, 31.7.2002, s. 37).
- ¹⁶ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách“) (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22).
- ¹⁷ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame (Ú. v. EÚ L 376, 27.12.2006, s. 21).
- ¹⁸ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/123/ES z 12. decembra 2006 o službách na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 376, 27.12.2006, s. 36).
- ¹⁹ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES (Ú. v. EÚ L 304, 22.11.2011, s. 64).
- ²⁰ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb (Ú. v. EÚ L 186, 11.7.2019, s. 57).

(114) V súlade s článkom 42 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sa konzultovalo s európskym dozorným úradníkom pre ochranu údajov, ktorý vydal 20. januára 2022 svoje stanovisko²¹,

PRIJALI TOTO NARIADENIE:

²¹ Ú. v. EÚ C 145, 1.4.2022, s. 12.

Kapitola I

Všeobecné ustanovenia

Článok 1

Predmet úpravy a ciele

1. V tomto nariadení sa stanovujú:
 - a) harmonizované pravidlá vrátane povinností týkajúcich sa transparentnosti a súvisiacej náležitej starostlivosti pre poskytovanie politickej reklamy a súvisiacich služieb a v príslušných prípadoch pre zadávateľov, pokiaľ ide o získavanie, uchovávanie, zverejňovanie a uverejňovanie informácií súvisiacich s poskytovaním takýchto služieb na vnútornom trhu;
 - b) harmonizované pravidlá používania techník cielenia a techník dodávania reklamy, ktorých súčasťou je spracúvanie osobných údajov v súvislosti s poskytovaním online politickej reklamy;
 - c) pravidlá dohľadu nad dodržiavaním tohto nariadenia a presadzovania tohto nariadenia, a to aj pokiaľ ide o spoluprácu a koordináciu medzi príslušnými orgánmi.
2. Politické názory a iný redakčný obsah, na ktoré sa vzťahuje redakčná zodpovednosť, sa nezávisle od média použitého na ich vyjadrenie nepovažujú za politickú reklamu, pokiaľ za ich prípravu, umiestnenie, propagáciu, uverejnenie, dodanie alebo šírenie alebo v súvislosti s ich prípravou, umiestnením, propagáciou, uverejnením, dodaním alebo šírením neposkytuje tretia strana osobitnú platbu alebo inú odmenu.

3. Politické názory vyjadrené vo vlastnom mene sa nepovažujú za politickú reklamu.
4. Cieľmi tohto nariadenia je:
 - a) prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami;
 - b) chrániť základné práva a slobody zakotvené v Charte základných práv Európskej únie, najmä právo na súkromie a ochranu osobných údajov.

Článok 2

Rozsah pôsobnosti

1. Toto nariadenie sa vzťahuje na politickú reklamu, ak sa politické reklamné oznámenie šíri v Únii, umiestňuje sa do verejnej sféry v jednom členskom štáte alebo vo viacerých členských štátoch alebo je nasmerované na občanov Únie, a to bez ohľadu na miesto usadenia poskytovateľa služieb politického reklamného oznámenia alebo miesta pobytu alebo usadenia zadávateľa a bez ohľadu na použité prostriedky.
2. Týmto nariadením nie je dotknutý obsah politického reklamného oznámenia ani pravidlá Únie alebo vnútroštátne pravidlá, ktorými sa upravujú iné aspekty súvisiace s politickou reklamou, než sú tie, na ktoré sa vzťahuje toto nariadenie, vrátane pravidiel organizácie, financovania a vedenia politických kampaní, pravidiel týkajúcich sa všeobecných zákazov alebo obmedzení politickej reklamy počas určených období a v náležitom prípade pravidiel týkajúcich sa volebných období.

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

- a) smernica 2000/31/ES;
- b) smernica 2002/58/ES;
- c) smernica 2005/29/ES;
- d) smernica 2006/114/ES;
- e) smernica 2006/123/ES;
- f) smernica 2010/13/EÚ;
- g) smernica 2011/83/EÚ;
- h) nariadenie (EÚ) 2019/1150;
- i) nariadenie (EÚ) 2022/2065.

Článok 3
Vymedzenie pojmov

Na účely tohto nariadenia sa uplatňuje toto vymedzenie pojmov:

1. „služba“ je akákoľvek samostatne zárobková hospodárska činnosť, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, ako sa uvádza v článku 57 ZFEÚ;
 2. „politická reklama“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejnenie, dodanie alebo šírenie posolstva akýmkoľvek prostriedkami, pričom sa spravidla uskutočňuje za odmenu alebo prostredníctvom interných činností ako súčasť politickej reklamnej kampane:
 - a) politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v mene politického aktéra, pokiaľ nemá čisto súkromnú alebo čisto komerčnú povahu; alebo
 - b) ktorá môže ovplyvniť a je navrhnutá tak, aby ovplyvnila výsledok volieb alebo referenda, správanie pri hlasovaní alebo legislatívny či regulačný proces na úrovni Únie alebo na národnej, regionálnej či miestnej úrovni;
- a nezahŕňa:
- i) posolstvá z oficiálnych zdrojov členských štátov alebo Únie, ktoré sa týkajú výlučne organizácie a modalít účasti na voľbách alebo referendách vrátane ohlásenia kandidatúr alebo otázky položenej v referende alebo podpory účasti na voľbách alebo referendách;

- ii) verejnú komunikáciu, ktorej účelom je poskytovať verejnosti oficiálne informácie zo strany akéhokoľvek orgánu verejnej moci členského štátu, pre neho alebo v jeho mene, alebo zo strany Únie, pre Úniu alebo v mene Únie, a to aj zo strany členov vlády členského štátu, pre nich alebo v ich mene, za predpokladu, že nemôžu ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správanie pri hlasovaní alebo legislatívny či regulačný proces, ani to nie je ich účelom; a
 - iii) prezentáciu kandidátov v určených verejných priestoroch alebo v médiách na základe výslovného ustanovenia v zákone, pričom priestor sa prideluje bezplatne a súčasne je zabezpečené rovnaké zaobchádzanie s kandidátmi;
3. „politické reklamné oznámenie“ je prípad politickej reklamy uverejnenej, dodanej alebo šírenej akýmikoľvek prostriedkami;
4. „politický aktér“ je ktorýkoľvek z týchto subjektov:
- a) politická strana v zmysle vymedzenia v článku 2 bode 1 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014 alebo subjekt priamo alebo nepriamo spojený s oblasťou činnosti takejto politickej strany;
 - b) aliancia politických strán v zmysle vymedzenia v článku 2 bode 2 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;
 - c) európska politická strana v zmysle vymedzenia v článku 2 bode 3 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;

- d) kandidát na akúkoľvek volenú funkciu na úrovni Únie, na národnej, regionálnej a miestnej úrovni alebo na akúkoľvek vedúcu pozíciu v politickej strane alebo osoba zastávajúca akúkoľvek takúto funkciu;
 - e) člen inštitúcií Únie s výnimkou Súdneho dvora Európskej únie, Európskej centrálnej banky a Dvora audítorov alebo člen orgánov verejnej moci členských štátov na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni;
 - f) organizácia, ktorá vedie politickú kampaň, s právnou subjektivitou alebo bez nej, výhradne na účely ovplyvnenia výsledku volieb alebo referenda;
 - g) každá fyzická alebo právnická osoba, ktorá zastupuje ktorúkoľvek z osôb alebo organizácií uvedených v písmenách a) až f) alebo koná v ich mene, pričom podporuje politické ciele ktorejkoľvek z uvedených osôb alebo organizácií;
5. „služba politickej reklamy“ je služba pozostávajúca z politickej reklamy s výnimkou online sprostredkovateľskej služby v zmysle vymedzenia v článku 3 písm. g) nariadenia (EÚ) 2022/2065, ktorá sa poskytuje bez odplaty, na prípravu, umiestnenie, propagáciu, uverejnenie, dodanie alebo šírenie konkrétneho posolstva;
6. „poskytovateľ služieb politickej reklamy“ je fyzická alebo právnická osoba, ktorá sa zaoberá poskytovaním služieb politickej reklamy s výnimkou čisto doplnkových služieb;
7. „politická reklamná kampaň“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejňovanie, dodanie alebo šírenie série prepojených politických reklamných oznámení v rámci zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva alebo financovania;

8. „veľmi veľká online platforma“ je online platforma, ktorá je označená ako veľmi veľká online platforma podľa článku 33 ods. 4 nariadenia (EÚ) 2022/2065;
9. „veľmi veľký internetový vyhľadávač“ je internetový vyhľadávač, ktorý je označený ako veľmi veľký internetový vyhľadávač podľa článku 33 ods. 4 nariadenia (EÚ) 2022/2065;
10. „zadávateľ“ je fyzická alebo právnická osoba, na žiadosť ktorej alebo v ktorej mene sa pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri politické reklamné oznámenie;
11. „techniky cielenia“ sú techniky, ktoré sa používajú na to, aby sa politickým reklamným oznámením oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb, alebo na ich vylúčenie na základe spracúvania osobných údajov;
12. „techniky dodávania reklamy“ sú techniky optimalizácie, ktoré sa používajú na zvýšenie obehu, dosahu alebo viditeľnosti politického reklamného oznámenia na základe automatického spracúvania osobných údajov a ktoré môžu slúžiť na dodanie politického reklamného oznámenia len konkrétnej osobe alebo skupine osôb;
13. „vydavateľ politickej reklamy“ je poskytovateľ služieb politickej reklamy, ktorý uverejňuje, dodáva alebo šíri politickú reklamu prostredníctvom akéhokoľvek média;
14. „prevádzkovateľ“ je prevádzkovateľ v zmysle vymedzenia v článku 4 bode 7 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo v náležitom prípade v zmysle vymedzenia v článku 3 bode 8 nariadenia (EÚ) 2018/1725.

Článok 4
Zásada vnútorného trhu

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

Článok 5
Poskytovanie služieb politickej reklamy v Únii

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy nepodmieňujú poskytovanie svojich služieb diskriminačnými obmedzeniami výlučne na základe miesta pobytu alebo usadenia zadávateľa.

Poskytovatelia služieb politickej reklamy nesmú obmedzovať poskytovanie svojich služieb na „európsku politickú stranu“ v zmysle jej vymedzenia v článku 2 bode 3 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014, ani na politickú skupinu v Európskom parlamente výlučne na základe jej miesta usadenia.

2. Bez toho, aby boli dotknuté prísnejšie vnútroštátne pravidlá, sa počas posledných troch mesiacov pred voľbami alebo referendum organizovanými na úrovni Únie alebo na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni v členskom štáte služby politickej reklamy týkajúce sa týchto volieb alebo referenda poskytujú len zadávateľovi alebo poskytovateľovi služieb konajúcemu v mene zadávateľa, ktorý o sebe vyhlási, že je:
- a) občanom Únie; alebo
 - b) štátnym príslušníkom tretej krajiny s trvalým pobytom v Únii, ktorý má právo voliť v týchto voľbách alebo v tomto referende v súlade s vnútroštátnym právom členského štátu trvalého pobytu; alebo
 - c) právnickou osobou usadenou v Únii, ktorú v konečnom dôsledku nevlastní ani neriadi štátny príslušník tretej krajiny, s výnimkou štátnych príslušníkov tretích krajín uvedených v písmene b), alebo právnická osoba usadená v tretej krajine.

Kapitola II

Povinnosti týkajúce sa transparentnosti a náležitej starostlivosti v prípade služieb politickej reklamy

Článok 6

Povinnosti týkajúce sa transparentnosti a náležitej starostlivosti v prípade služieb politickej reklamy

1. Služby politickej reklamy sa poskytujú transparentným spôsobom v súlade s povinnosťami stanovenými v tomto článku, článkoch 7 až 17 a v článku 21.
2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby zmluvné dojednania uzatvorené na poskytovanie služby politickej reklamy umožňovali dodržiavanie príslušných ustanovení tohto nariadenia vrátane ustanovení o rozdelení zodpovednosti a ustanovení týkajúcich sa úplnosti a presnosti informácií.

Článok 7

Identifikácia služieb politickej reklamy

1. Poskytovateľ reklamných služieb požiada zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb konajúcich v mene zadávateľov, aby vyhlásili, či reklamná služba, o ktorej poskytnutie požiadali poskytovateľa reklamných služieb, predstavuje službu politickej reklamy v zmysle článku 3 bodu 5, a či spĺňajú požiadavky podľa článku 5 ods. 2. Zadávatelia a poskytovatelia reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov urobia takéto pravdivé vyhlásenia a zodpovedajú za ich presnosť.

2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa v zmluvných dojednaniach uzatvorených na poskytovanie služby politickej reklamy od zadávateľa alebo poskytovateľov reklamných služieb, ktorí konajú v mene zadávateľov, vyžadovalo poskytnutie vyhlásenia v súlade s odsekom 1 tohto článku a relevantných informácií, ktoré sú potrebné na dodržiavanie súladu s článkom 9 ods. 1, článkom 11 od. 1 a článkom 12 ods. 1. Uvedené informácie sa zasielajú bez zbytočného odkladu a musia byť úplné a správne.
3. Zadávatelia poskytujú a zabezpečujú presnosť informácií, ktoré poskytovatelia služieb politickej reklamy potrebujú na dosiahnutie súladu s článkom 9 ods. 1 písm. a), d), e) a f), článkom 11 ods. 1 písm. a) až d) a článkom 12 ods. 1 písm. a), b), c), e), h) a k) pred alebo počas obdobia uverejnenia, dodania alebo šírenia politického reklamného oznámenia.

Ak zadávateľ alebo poskytovateľ reklamných služieb konajúci v mene zadávateľa zistí, že informácie, ktoré zaslal, sa zmenili, zabezpečí, aby sa aktualizované informácie zaslali príslušnému poskytovateľovi služieb politickej reklamy včas, a aby boli úplné a presné.

Keď zadávateľ alebo poskytovateľ reklamných služieb konajúci v mene zadávateľa zistí, že akékoľvek informácie, ktoré zaslal alebo uverejnil vydavateľ politickej reklamy, sú neúplné alebo nesprávne, bez zbytočného odkladu kontaktuje dotknutého vydavateľa politickej reklamy a zašle mu úplné alebo opravené informácie.

4. Poskytovatelia služieb politickej reklamy vyžadujú, aby zadávatelia alebo poskytovatelia reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov, ktorí predložia vyhlásenie alebo informácie v súlade s týmto článkom, ktoré sú zjavne chybné, opravili svoje vyhlásenie alebo tieto informácie. Zadávatelia alebo poskytovatelia reklamných služieb, ktorí konajú v mene zadávateľov, vykonajú bez zbytočného odkladu takéto opravy, ktoré musia byť úplné a presné.
5. Poskytovatelia služieb politickej reklamy pomocou online rozhrania zaručia, aby online rozhranie bolo navrhnuté a organizované tak, aby zadávateľom a poskytovateľom reklamných služieb konajúcim v mene zadávateľov uľahčovalo plnenie ich povinností uvedených v odseku 1 tohto článku a v článku 9 ods. 1.

Článok 8

Identifikácia politického reklamného oznámenia

1. Na účely určenia, či posolstvo predstavuje politické reklamné oznámenie v zmysle článku 3 bodu 2 písm. b), sa zohľadnia všetky jeho vlastnosti vrátane:
 - a) obsahu posolstva;
 - b) zadávateľa posolstva;
 - c) jazyka použitého na prenos posolstva;
 - d) kontextu, v ktorom sa posolstvo prenáša, vrátane obdobia šírenia;
 - e) prostriedkov, ktorými sa posolstvo pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje, dodáva alebo šíri;
 - f) cieľovej skupiny;
 - g) cieľa posolstva.
2. Komisia vypracuje spoločné usmernenia s cieľom prispieť k riadnemu uplatňovaniu tohto článku.

Článok 9

Vedenie záznamov

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy uchovávajú v rozsahu potrebnom na zaručenie súladu s týmto nariadením informácie, ktoré získajú pri poskytovaní svojich služieb, o:
 - a) politickom reklamnom oznámení alebo politickej reklamnej kampani, s ktorou je služba spojená alebo s ktorou sú služby spojené;
 - b) konkrétnej službe alebo konkrétnych službách, ktorú alebo ktoré poskytli v súvislosti s politickou reklamou;
 - c) sumách, ktoré vyfakturovali za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby, a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby; a
 - d) informáciách o verejnom alebo súkromnom pôvode týchto súm a iných výhod uvedených v písmene c), ako aj o tom, či pochádzali z Únie alebo mimo nej;
 - e) totožnosti a kontaktných údajoch zadávateľa politického reklamného oznámenia a v náležitom prípade subjektu, ktorý zadávateľ a v konečnom dôsledku riadi, a v prípade právnických osôb o ich mieste usadenia; a
 - f) v náležitom prípade o voľbách, referende, legislatívnom alebo regulačnom procese, s ktorými je politické reklamné oznámenie spojené.

2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy vynaložia primerané úsilie na zabezpečenie toho, aby informácie uchovávané podľa odseku 1 boli úplné a presné.
3. Informácie uvedené v odseku 1 majú písomnú alebo elektronickú formu. Tieto informácie sa uchovávajú v strojovo čitateľnom formáte sedem rokov od dátumu poslednej prípravy, umiestnenia, propagácie, uverejnenia, dodania alebo šírenia v závislosti od konkrétnych okolností.
4. Tento článok sa nevzťahuje na mikropodniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 smernice 2013/34/EÚ, ak je poskytovanie reklamných služieb čisto okrajové a doplnkové vo vzťahu k ich hlavným činnostiam.

Článok 10

Zasielanie informácií vydavateľovi politickej reklamy

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa informácie uvedené v článku 9 ods. 1 poskytli vydavateľom politickej reklamy včas, úplne a presne, aby vydavatelia politickej reklamy mohli splniť svoje povinnosti podľa tohto nariadenia.

Každý poskytovateľ služieb politickej reklamy poskytuje informácie uvedené v prvom pododseku počas poskytovania príslušnej služby a v súlade s osvedčenými postupmi a odvetvovými normami, ak je to technicky možné, prostredníctvom štandardizovaného automatizovaného procesu.

Ak je vydavateľ politickej reklamy jediným poskytovateľom služieb politickej reklamy, zadávateľ zašle relevantné informácie vydavateľovi politickej reklamy.

2. Ak poskytovateľ služieb politickej reklamy zistí, že informácie, ktoré poskytol, sa zmenili, zaistí, aby sa aktualizované informácie poskytli príslušnému vydavateľovi politickej reklamy.

Článok 11

Požiadavky na označovanie a transparentnosť pre každé politické reklamné oznámenie

1. Vydavatelia politickej reklamy zabezpečia, aby sa každé politické reklamné oznámenie sprístupnilo spolu s týmito jasne, zreteľne a jednoznačne uvedenými informáciami:
 - a) vyhlásenie, že ide o politické reklamné oznámenie;
 - b) totožnosť zadávateľa politického reklamného oznámenia a v náležitom prípade subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi;
 - c) v náležitom prípade voľby, referendum, legislatívny alebo regulačný proces, s ktorými je politické reklamné oznámenie spojené;
 - d) v náležitom prípade vyhlásenie o tom, že politické reklamné oznámenie bolo predmetom techník cielenia alebo dodávania reklamy;
 - e) oznámenie o transparentnosti obsahujúce informácie uvedené v článku 12 ods. 1 alebo jasné uvedenie informácie o tom, kde ho možno ľahko a priamo získať.
2. Vydavatelia politickej reklamy zabezpečia úplnosť informácií uvedených v odseku 1. Vydavatelia politickej reklamy zabezpečia presnosť informácií o tom, kde možno získať oznámenie o transparentnosti uvedené v odseku 1 písm. e).

3. Informácie uvedené v odseku 1 sa sprístupnia vo forme označenia prispôbeného použitému médiu.

Uvedené označenia musia byť viditeľné, umožňovať fyzickým osobám ľahko identifikovať politické reklamné oznámenie ako také a zostať na mieste v prípade ďalšieho šírenia politického reklamného oznámenia.

4. Komisia do ... [15 mesiacov odo dňa nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia] prijme vykonávacie akty, ktorými sa stanoví formát a vzor označení uvedených v odseku 3. Uvedenými vykonávacími aktmi sa zabezpečí, aby sa označenia prispôbili použitému médiu, a to aj v prípade audiovizuálnych a tlačných médií, ako aj online a offline reklamy, pričom sa zohľadnia osobitné vlastnosti tohto média, ako aj najnovší technologický vývoj a vývoj na trhu, príslušný vedecký výskum a najlepšie postupy.

Uvedené vykonávacie akty sa prijímú v súlade s postupom preskúmania uvedeným v článku 29 ods. 2.

5. Členské štáty vrátane príslušných orgánov a Komisia podporia vypracovanie dobrovoľných kódexov správania určených na to, aby prispeli k správne uplatňovaniu tohto článku, pričom vezmú do úvahy osobitné vlastnosti príslušných zapojených poskytovateľov služieb a osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ.

Článok 12

Oznámenia o transparentnosti

1. Vydavатели politickej reklamy zabezpečia, aby oznámenie o transparentnosti uvedené v článku 11 ods. 1 písm. e) obsahovalo tieto informácie:
 - a) totožnosť zadávateľa a v náležitom prípade subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi, vrátane ich mena, e-mailovej adresy a v prípade zverejnenia ich aj poštovej adresy, a ak zadávateľom nie je fyzická osoba, adresy, na ktorej je usadený;
 - b) informácie požadované podľa písmena a) o fyzickej alebo právnickej osobe, ktorá poskytuje odplatu výmenou za politické reklamné oznámenie, ak táto osoba nie je zadávateľom alebo subjektom, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi;
 - c) obdobie, počas ktorého má byť politické reklamné oznámenie uverejnené, dodané alebo šírené;
 - d) súhrnné vynaložené sumy a súhrnná hodnota iných výhod, ktoré získali poskytovatelia služieb politickej reklamy vrátane tých, ktoré získal vydavateľ, čiastočne alebo úplne výmenou za služby politickej reklamy a v náležitom prípade za politickú reklamnú kampaň;

- e) informácie o verejnom alebo súkromnom pôvode súm a iných výhod uvedených v písmene d), ako aj o tom, či pochádzali z Únie alebo mimo nej;
- f) metodiku použitú na výpočet súm a hodnoty uvedených v písmene d);
- g) v náležitom prípade informácie o voľbách alebo referendách a legislatívnych či regulačných procesoch, s ktorými je politické reklamné oznámenie spojené;
- h) ak je politické reklamné oznámenie spojené s konkrétnymi voľbami alebo referendumami, odkazy na oficiálne informácie o podmienkach účasti na príslušných voľbách alebo referendách;
- i) v náležitom prípade odkazy na európsky archív online politických reklamných oznámení uvedený v článku 13;
- j) informácie o mechanizmoch uvedených v článku 15 ods. 1;
- k) v náležitom prípade, či predchádzajúce uverejnenie politického reklamného oznámenia alebo jeho predchádzajúcej verzie bolo pozastavené alebo ukončené z dôvodu porušenia tohto nariadenia;
- l) v náležitom prípade vyhlásenie o tom, že politické reklamné oznámenie bolo podrobené technikám cielenia alebo technikám dodávania reklamy na základe použitia osobných údajov vrátane informácií uvedených v článku 19 ods. 1 písm. c) a e);
- m) v náležitom prípade a ak je to technicky uskutočniteľné, dosah politického reklamného oznámenia v zmysle počtu jeho zobrazení a súvisiacich interakcií.

2. Vydavatia politickej reklamy zabezpečia, aby informácie uvedené v odseku 1 boli úplné.

Vydavatia politickej reklamy zabezpečia presnosť informácií uvedených v odseku 1 písm. d), f), i), j) a m), pred obdobím uverejnenia, dodania alebo šírenia politického reklamného oznámenia a počas neho.

Keď poskytovateľ služieb politickej reklamy zistí, že akékoľvek informácie, ktoré zasiela alebo uverejňuje vydavateľ politickej reklamy, sú neúplné alebo nesprávne, bez zbytočného odkladu kontaktuje dotknutého vydavateľa politickej reklamy a zašle mu úplné alebo opravené informácie.

Ak vydavateľ politickej reklamy akýmkoľvek spôsobom zistí, že informácie uvedené v článku 11 ods. 1 a odseku 1 tohto článku sú neúplné alebo nepresné, vynaloží maximálne úsilie, a to aj kontaktovaním zadávateľa alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy, aby tieto informácie doplnili alebo opravili bez zbytočného odkladu.

Ak informácie nemožno bez zbytočného odkladu doplniť alebo opraviť, vydavateľ politickej reklamy nesprístupní toto politické reklamné oznámenie alebo bez zbytočného odkladu preruší jeho uverejnenie, dodanie alebo šírenie.

Vydavateľ politickej reklamy bez zbytočného odkladu informuje príslušných zadávateľov alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy o všetkých rozhodnutiach prijatých podľa piateho pododseku tohto odseku.

3. Oznámenia o transparentnosti musia byť súčasťou každého politického reklamného oznámenia alebo sa musia dať ľahko získať kedykoľvek počas obdobia uverejnenia politického reklamného oznámenia.

Oznámenia o transparentnosti sa aktualizujú počas celého obdobia uverejnenia politického reklamného oznámenia, predkladajú sa vo formáte, ktorý je ľahko prístupný a aspoň pri elektronickom sprístupnení politického reklamného oznámenia dostupný v strojovo čitateľnom formáte. Musia byť napísané v jazyku politického reklamného oznámenia. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí ponúkajú služby v Únii, zabezpečia, aby oznámenia o transparentnosti spĺňali uplatniteľné požiadavky na prístupnosť, a to aj, ak je to technicky možné, sprístupnením informácií prostredníctvom viac ako jedného zmyslového kanála.

Oznámenia o transparentnosti musia byť jasne viditeľné a používateľsky ústretové, a to aj použitím jednoduchého jazyka.

4. Vydavatelia politickej reklamy uchovávajú svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými ich úpravami počas obdobia siedmich rokov od posledného uverejnenia príslušného politického reklamného oznámenia.
5. Odsek 4 tohto článku sa nevzťahuje na mikropodniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 smernice 2013/34/EÚ, za predpokladu, že poskytovanie reklamných služieb je čisto okrajové a doplnkové vo vzťahu k ich hlavným činnostiam.

6. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 28 s cieľom zmeniť toto nariadenie pridaním písmen do zoznamu písmen v odseku 1 tohto článku a úpravou písmena f) odseku 1 tohto článku vzhľadom na technologický vývoj, trhové postupy, relevantný vedecký výskum, vývoj dohľadu príslušných orgánov a nimi vydané príslušné usmernenia, za predpokladu, že takáto zmena je potrebná na pochopenie širšieho kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľov.
7. Komisia do ... [15 mesiacov odo dňa nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia] prijme vykonávacie akty s cieľom stanoviť formát oznámenia o transparentnosti a poskytnúť jeho technické špecifikácie, aby sa zabezpečilo jeho prispôbenie použitému médiu vrátane audiovizuálnych a tlačných médií, ako aj online a offline reklamy, pričom zohľadní najnovší technologický vývoj a vývoj na trhu, príslušný vedecký výskum a najlepšie postupy a osobitné potreby mikropodnikov, malých a stredných podnikov, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ.

Uvedené vykonávacie akty sa prijímú v súlade s postupom preskúmania uvedeným v článku 29 ods. 2.

Článok 13

Európsky archív online politických reklamných oznámení

1. Komisia zriadi a zabezpečí, priamo alebo zverením tejto zodpovednosti riadiacemu orgánu, správu európskeho archívu online politických reklamných oznámení (ďalej len „európsky archív“), ktorý je verejným archívom všetkých online politických reklamných oznámení uverejnených v Únii alebo určených občanom Únie alebo osobám s pobytom v Únii. Tento archív obsahuje:
 - a) funkciu umožňujúcu prístup verejnosti k online politickým reklamným oznámeniam spolu s informáciami, ktoré poskytujú vydavatelia politickej reklamy uvedení v článku 12 ods. 1 v súvislosti s každým online politickým reklamným oznámením od okamihu jeho prvého uverejnenia; informácie sú dostupné v strojovo čitateľnom formáte, umožňujú vyhľadávanie na základe viacerých kritérií a sú verejne prístupné prostredníctvom jediného portálu;
 - b) hostingovú službu, ktorá zabezpečuje dostupnosť online politickej reklamy a informácií, ktoré boli spolu s ňou uverejnené a sú uvedené v článku 12 ods. 1, počas celého obdobia, počas ktorého sa politické reklamné oznámenie sprístupňuje, a počas siedmich rokov od posledného sprístupnenia politického reklamného oznámenia; uvedená hostingová služba a prístup k uchovávaným informáciám rešpektujú a nemajú vplyv na žiadne právne požiadavky na odstránenie politického reklamného oznámenia a informácií, ktoré boli spolu s ním uverejnené; uvedená hostingová služba je bezplatná pre vydavateľov politickej reklamy, ktorí do európskeho archívu vkladajú online politické reklamné oznámenie.

2. Vydavatelja politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami a veľmi veľkými internetovými vyhľadávačmi, zabezpečia, aby sa každé politické reklamné oznámenie spolu s informáciami uvedenými v článku 12 ods. 1 tohto nariadenia sprístupnilo v archíve uvedenom v článku 39 nariadenia (EÚ) 2022/2065. Títo vydavatelja politickej reklamy okrem toho umožnia prístup k týmto informáciám prostredníctvom európskeho archívu od okamihu uverejnenia a na celé obdobie, počas ktorého sprístupňujú politické reklamné oznámenie, a počas siedmich rokov od posledného sprístupnenia politického reklamného oznámenia na svojich online rozhraniach.
3. Ak vydavatelja politickej reklamy odstránia konkrétne politické reklamné oznámenie alebo znemožnia prístup k nemu na základe údajnej nezákonnosti alebo nezlučiteľnosti so svojimi obchodnými podmienkami, naďalej poskytujú prístup k informáciám požadovaným v článku 12 ods. 1 tohto nariadenia počas obdobia uvedeného v článku 9 ods. 3 tohto nariadenia. Touto požiadavkou nie sú dotknuté požiadavky stanovené v článku 9 ods. 2 písm. a) bode i), článku 17 ods. 3 písm. a) až e) a článku 39 ods. 3 nariadenia (EÚ) 2022/2065.
4. Vydavatelja politickej reklamy okrem vydavateľov politickej reklamy uvedených v odseku 2 tohto článku, ktorí uverejňujú politické reklamné oznámenie prostredníctvom online služby, sprístupnia každé takéto politické reklamné oznámenie a informácie požadované podľa článku 12 ods. 1 v európskom archíve najneskôr 72 hodín po prvom uverejnení politického reklamného oznámenia.
5. Komisia alebo prípadne riadiaci orgán uvedený v odseku 1 nenesie žiadnu zodpovednosť za úplnosť a presnosť politickej reklamy a informácií, ktoré v nej boli uverejnené, ani za jej súlad s príslušným právom Únie alebo vnútroštátnym právom a inými uplatniteľnými záväznými pravidlami.

6. Komisia do ... [24 mesiacov odo dňa nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia] prijme vykonávacie akty v súlade s článkom 29 s cieľom stanoviť podrobné pravidlá poskytovania spoločnej štruktúry údajov, štandardizovaných metaúdajov na uľahčenie začlenenia politických reklamných oznámení do európskeho archívu a indexácie politickej reklamy internetovými vyhľadávačmi, štandardizovanou autentifikáciou a spoločným aplikačným programovacím rozhraním s cieľom umožniť prístup k agregácii informácií uverejnených online podľa tohto nariadenia prostredníctvom jednotného portálu.

Pri prijímaní uvedených vykonávacích aktov Komisia zohľadní technologický, trhový a vedecký vývoj a zameria sa na dosiahnutie týchto cieľov:

- a) umožniť verejný prístup k informáciám uvedeným v odsekoch 1, 2 a 3 prostredníctvom európskeho archívu;
- b) umožniť jednoduchý prístup verejnosti k online oznámeniam o transparentnosti prostredníctvom použitia spoločného aplikačného programovacieho rozhrania, ktoré by umožnilo prístup k oznámeniam a vyhľadávanie v príslušných databázach;
- c) podporovať prístup tretích strán a verejnosti k oznámeniam o transparentnosti, a to aj umožnením analýzy online oznámení o transparentnosti a ich prezentácie prostredníctvom používateľsky ústretového jednotného portálu a vyhľadávacích služieb.

Článok 14

Pravidelné podávanie správ o službách politickej reklamy

1. Vydavатели politickej reklamy priložia k svojej správe o hospodárení v zmysle článku 19 smernice 2013/34/EÚ informácie o sumách alebo hodnote iných výhod, ktoré získali čiastočne alebo úplne výmenou za poskytnuté služby, a to vrátane informácií o použití techník cielenia a techník dodávania reklamy, agregovaných podľa kampane.

Vydavатели politickej reklamy sprístupnia informácie uvedené v prvom pododseku príslušným orgánom zodpovedným za audit politických aktérov alebo dohľad nad nimi, ak sú takéto orgány zriadené podľa vnútroštátneho práva.

2. Odsek 1 tohto článku sa neuplatňuje na mikropodniky, malé alebo stredné podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ.

Článok 15

Upozornenie na potenciálne politické reklamné oznámenia, ktoré nie sú v súlade s pravidlami

1. Vydavатели politickej reklamy musia mať potrebné mechanizmy, ktoré umožnia fyzickým alebo právnickým osobám upozorniť na to, že konkrétne politické reklamné oznámenie, ktoré uverejnili, nie je v súlade s týmto nariadením.
2. Mechanizmy uvedené v odseku 1 musia byť bezplatné, používateľsky ústretové a ľahko prístupné, a to aj na základe oznámenia o transparentnosti. Ak je to technicky možné, tieto mechanizmy umožňujú podávanie upozornení v elektronickej forme.

3. Uvedené mechanizmy uľahčia predkladanie presných a odôvodnených upozornení vydavateľom politickej reklamy, aby mohli identifikovať nesúlady predmetných politických reklamných oznámení s týmto nariadením. Vydavatelia politickej reklamy na tento účel prijímajú opatrenia potrebné na to, aby umožnili a uľahčili podávanie upozornení obsahujúcich všetky tieto prvky:
 - a) podložené vysvetlenie dôvodov, na základe ktorých fyzická alebo právnická osoba predkladajúca upozornenie tvrdí, že predmetné politické reklamné oznámenie nie je v súlade s týmto nariadením;
 - b) informácie umožňujúce identifikáciu politického reklamného oznámenia;
 - c) meno a e-mailovú adresu fyzickej alebo právnickej osoby, ktorá podáva upozornenie.
4. Vydavatelia politickej reklamy bez zbytočného odkladu pošlú potvrdenie o prijatí upozornenia podľa odseku 1 fyzickej alebo právnickej osobe, ktorá ho podala.
5. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami a veľmi veľkými internetovými vyhľadávačmi, bez zbytočného odkladu:
 - a) preskúmajú a zaoberajú sa upozoreniami, ktoré dostali podľa odseku 1, s náležitou starostlivosťou, nesvojvoľne a objektívne;
 - b) informujú fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá podala upozornenie uvedené v odseku 1, o následných opatreniach, ktoré sa v nadväznosti naň prijali.

6. Vydavatelja politickej reklamy, ktorí nie sú veľmi veľkými online platformami a veľmi veľkými internetovými vyhľadávačmi, bez zbytočného odkladu:
- a) vynaložia maximálne úsilie, aby preskúmali a zaoberali sa upozoreniami, ktoré dostali podľa odseku 1, s náležitou starostlivosťou, nesvojvoľne a objektívne;
 - b) informujú aspoň na požiadanie fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá podala upozornenie uvedené v odseku 1 tohto článku, o opatreniach, ktoré sa v nadväznosti naň prijali; vydavatelja politickej reklamy, ktorí sa považujú za mikropodniky podľa článku 3 ods. 1 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia maximálne úsilie na zaručenie svojho súladu s týmto písmenom.
7. V poslednom mesiaci pred voľbami alebo referendum vydavatelja politickej reklamy spracujú každé upozornenie, ktoré dostanú o politickom reklamnom oznámení súvisiacom s danými voľbami alebo referendum, do 48 hodín za predpokladu, že toto upozornenie možno úplne spracovať na základe informácií, ktoré sú v ňom uvedené. Vydavatelja politickej reklamy, ktorí sa považujú za mikropodniky, malé podniky alebo stredné podniky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia maximálne úsilie na to, aby bez zbytočného odkladu spracovali všetky upozornenia, ktoré dostanú v súvislosti s politickým reklamným oznámením týkajúcim sa daných volieb alebo referenda.
8. Vydavatelja politickej reklamy poskytujú jasné a používateľsky ústretové informácie o možnostiach nápravy v súvislosti s politickým reklamným oznámením, ktorého sa upozornenie týka, a v náležitom prípade o používaní automatizovaných prostriedkov na spracovanie upozornení.

9. Vydavatelia politickej reklamy bez zbytočného odkladu informujú dotknutých zadávateľov alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy o všetkých opatreniach, ktoré prijímú v nadväznosti na upozornenia podľa tohto článku a ktoré majú vplyv na dostupnosť alebo prezentáciu dotknutého politického reklamného oznámenia.
10. Vydavatelia politickej reklamy môžu reagovať na viacnásobné upozornenia podľa odseku 1 týkajúce sa toho istého reklamného oznámenia alebo tej istej reklamnej kampane spoločne, a to aj pomocou automatizovaných nástrojov alebo vyhlásením na svojom webovom sídle s odkazom na príslušné upozornenia.
11. Komisia môže po konzultácii so sieťou národných kontaktných miest uvedenou v článku 22 ods. 8 vydať usmernenia na pomoc vydavateľom politickej reklamy pri uplatňovaní tohto článku.

Článok 16

Zasielanie informácií príslušným vnútroštátnym orgánom

1. Na účely overenia súladu s článkami 9, 11, 12 a 14 majú príslušné vnútroštátne orgány právomoc požadovať, aby im poskytovatelia služieb politickej reklamy zaslali akékoľvek potrebné informácie. Zasielané informácie musia byť úplné, správne a dôveryhodné a musia byť poskytnuté v jasnom, koherentnom, konsolidovanom a zrozumiteľnom formáte. Ak je to technicky možné, informácie sa zasielajú v štandardizovanom a strojovo čitateľnom formáte.

2. Žiadosť uvedená v odseku 1 musí obsahovať tieto prvky:
 - a) odôvodnenie vysvetľujúce účel, na ktorý sa informácie požadujú, pokiaľ cieľom žiadosti nie je predchádzanie trestným činom alebo závažným správnym deliktom, ich odhaľovanie, vyšetrovanie a stíhanie a pokiaľ by tento cieľ nebol uvedením odôvodnenia ohrozený;
 - b) informácie o opravnom prostriedku, ktorý má príslušný poskytovateľ služieb politickej reklamy a zadávateľ služby politickej reklamy k dispozícii.
3. Po prijatí žiadosti podľa odseku 1 tohto článku poskytovateľa služieb politickej reklamy do dvoch pracovných dní potvrdia prijatie tejto žiadosti a informujú príslušný vnútroštátny orgán o krokoch, ktoré podnikli na jej vybavenie. Príslušný poskytovateľ služieb politickej reklamy poskytne požadované informácie do ôsmich pracovných dní. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sa považujú za mikropodniky, malé alebo stredné podniky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia primerané úsilie na poskytnutie požadovaných informácií do 12 pracovných dní a následne bez zbytočného odkladu.
4. Odchylne od odseku 3 tohto článku poskytnú poskytovateľa služieb politickej reklamy počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum požadované informácie, ktoré majú k dispozícii, bez zbytočného odkladu a najneskôr do 48 hodín. Avšak poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sa považujú za mikropodniky alebo malé podniky podľa článku 3 ods. 1 a 2 smernice 2013/34/EÚ, poskytnú požadované informácie, ktoré majú k dispozícii, bez zbytočného odkladu a podľa možnosti pred dátumom volieb alebo referenda.

5. Poskytovatelia služieb politickej reklamy určia kontaktné miesto na komunikáciu s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sa považujú za mikropodniky, malé alebo stredné podniky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ, môžu ako kontaktné miesto určiť externú fyzickú osobu.

Článok 17

Zasielanie informácií iným zainteresovaným subjektom

1. Na žiadosť zainteresovaných subjektov poskytovateľa služieb politickej reklamy bezodkladne a bezplatne, a ak je to technicky možné v strojovo čitateľnom formáte zašlú uvedeným subjektom informácie, ktoré musia mať títo poskytovatelia služieb politickej reklamy podľa článkov 9, 11 a 12.
2. Zainteresované subjekty požadujúce zaslanie informácií podľa odseku 1 musia byť nezávislé od obchodných záujmov a musia patriť do jednej alebo viacerých z týchto kategórií:
 - a) preverení výskumní pracovníci v súlade s článkom 40 ods. 8 nariadenia (EÚ) 2022/2065;
 - b) členovia organizácie občianskej spoločnosti, ktorej štatutárnym cieľom je chrániť a presadzovať verejný záujem, oprávnenej podľa vnútroštátneho práva alebo práva Únie;
 - c) politickí aktéri;
 - d) národní alebo medzinárodní pozorovatelia volieb uznaní v členskom štáte; alebo
 - e) novinári.

3. Na základe žiadosti zainteresovaného subjektu poskytovateľ služieb politickej reklamy vynaloží maximálne úsilie, aby poskytol požadované informácie alebo odôvodnenú odpoveď podľa odseku 5 čo najskôr, najneskôr však do jedného mesiaca.
4. Pri príprave informácií, ktoré sa majú poskytnúť podľa odseku 1, môže poskytovateľ služieb politickej reklamy agregovať príslušné sumy alebo ich uviesť v rámci rozpätia v rozsahu potrebnom na ochranu svojich oprávnených obchodných záujmov.
5. Ak sú žiadosti podľa odseku 1 zjavne nejasné, neprimerané alebo sa týkajú informácií, ktoré nemá poskytovateľ služieb politickej reklamy, tento poskytovateľ môže poskytnutie požadovaných informácií odmietnuť. V takýchto prípadoch poskytovateľ služieb politickej reklamy zašle zainteresovanému subjektu, ktorý podal žiadosť, odôvodnenú odpoveď spolu s informáciami o možnostiach nápravy v náležitom prípade vrátane tých, ktoré existujú podľa smernice (EÚ) 2020/1828.
6. Ak si vybavovanie žiadostí podľa odseku 1 vyžaduje značné náklady, poskytovateľ služieb politickej reklamy môže účtovať primeraný a úmerný poplatok, ktorý v žiadnom prípade nepresiahne administratívne náklady na poskytnutie požadovaných informácií.
7. Poskytovatelia služieb politickej reklamy znášajú bremeno preukázania, že žiadosť je zjavne nejasná, neprimeraná alebo sa týka informácií, ktoré nemajú k dispozícii, alebo že žiadosti si vyžadujú značné náklady na spracovanie.

Kapitola III

Cielenie a dodávanie online politickej reklamy

Článok 18

Osobitné požiadavky týkajúce sa techník cielenia a techník dodávania reklamy v súvislosti s online politickou reklamou

1. Techniky cielenia alebo techniky dodávania reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov v súvislosti s online politickou reklamou, sú povolené, iba ak sú splnené tieto podmienky:
 - a) prevádzkovateľ získal osobné údaje od subjektu údajov;
 - b) subjekt údajov poskytol výslovný súhlas v zmysle nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 so spracovaním osobných údajov samostatne na účely politickej reklamy;
a
 - c) uvedené techniky nezahŕňajú „profilovanie“ v zmysle vymedzenia v článku 4 bode 4 nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 3 bode 5 nariadenia (EÚ) 2018/1725 s použitím osobitných kategórií osobných údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725.

2. V súvislosti s politickou reklamou sa zakazujú techniky cielenia alebo techniky dodávania reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov subjektu údajov, o ktorom prevádzkovateľ s primeranou istotou vie, že jeho vek je aspoň jeden rok pod vekovou hranicou oprávňujúcou na účasť vo voľbách stanovenou vnútroštátnymi pravidlami. Dodržiavaním povinností stanovených v tomto odseku sa prevádzkovateľovi neukladá povinnosť spracúvať dodatočné osobné údaje s cieľom posúdiť, či je vek subjektu údajov jeden rok pod vekovou hranicou oprávňujúcou na účasť vo voľbách.
3. Tento článok sa nevzťahuje na komunikáciu akejkoľvek politickej strany, nadácie, združenia alebo akéhokoľvek iného neziskového subjektu, na ich členov a bývalých členov alebo na komunikáciu, ako sú informačné bulletiny, ktorá súvisí s ich politickou činnosťou, pokiaľ je táto komunikácia založená výlučne na údajoch o predplatnom, a preto sa obmedzuje výlučne na ich členov, bývalých členov alebo predplatiteľov a je založená na osobných údajoch, ktoré poskytnú, a nezahŕňa ďalšie spracúvanie osobných údajov na účel cielenia alebo iného ďalšieho výberu príjemcov a správ, ktoré dostávajú.
4. Na účely vykonávania požiadaviek nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 týkajúcich sa poskytovania výslovného súhlasu, ako aj jeho odvolania po jeho udelení, prevádzkovatelia zabezpečia, aby:
 - a) subjekt údajov nebol požiadaný o súhlas, ak už automatizovanými prostriedkami uviedol, že nesúhlasí so spracúvaním údajov na účely politickej reklamy, pokiaľ žiadosť nie je odôvodnená podstatnou zmenou okolností;
 - b) sa subjektu údajov, ktorý neudelí svoj súhlas, ponúkne rovnocenná alternatíva využívania online služby bez prijatia politickej reklamy.

Článok 19

Dodatočné požiadavky na transparentnosť týkajúce sa techník cielenia a techník dodávania reklamy v súvislosti s online politickou reklamou

1. Pri používaní techník cielenia alebo techník dodávania reklamy v súvislosti s online politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, musia prevádzkovatelia okrem iných požiadaviek stanovených v tomto nariadení a požiadaviek stanovených v nariadeniach (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 dodržiavať tieto požiadavky:
 - a) prijať, implementovať a sprístupniť verejnosti vnútornú politiku, ktorá jasne a zrozumiteľným jazykom opisuje spôsob používania takýchto techník, a uchovávať takúto politiku sedem rokov od posledného použitia týchto techník;
 - b) viesť záznamy o používaní takýchto techník, príslušných mechanizmov a použitých parametroch;

- c) poskytnúť spolu s uvedením, že ide o politické reklamné oznámenie dodatočné informácie potrebné na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitých techník, ako aj to, či bol na cielenie alebo dodanie politickej reklamy použitý systém umelej inteligencie alebo akékoľvek ďalšie analytické techniky vrátane týchto prvkov:
- i) konkrétne skupiny príjemcov, na ktorých je reklama cielená, vrátane parametrov použitých na určenie príjemcov, medzi ktorých sa reklama šíri;
 - ii) kategórie osobných údajov použitých na techniky cielenia alebo techniky dodávania reklamy;
 - iii) ciele, mechanizmy a logika zacielenia vrátane parametrov zahrnutia a vylúčenia a dôvody výberu týchto parametrov;
 - iv) zmysluplné informácie o používaní systémov umelej inteligencie pri cielení alebo dodávaní politickej reklamy;
 - v) obdobie šírenia politickej reklamy a počet fyzických osôb, medzi ktorými sa politická reklama šíri;
 - vi) odkaz na miesto alebo jednoznačnú informáciu o mieste, kde možno ľahko nájsť politiku uvedenú v písmene a);

- d) príprava interného ročného posúdenia rizika používania techník cielenia a techník dodávania reklamy v oblasti základných práv a slobôd, ktorého výsledky sa majú zverejniť;
 - e) uviesť spolu s politickým reklamným oznámením alebo, ak nie je súčasťou oznámenia o transparentnosti vyžadovaného podľa článku 12 od. 1 tohto nariadenia, odkaz na účinné prostriedky na podporu fyzických osôb pri výkone ich práv podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo (EÚ) 2018/1725, najmä odkaz na práva fyzických osôb zmeniť osobné údaje alebo v príslušnom prípade odvolať súhlas, ktorý má obsahovať odkaz na rozhranie umožňujúce výkon takýchto práv.
2. Ak prevádzkovateľ nie je vydavateľom politickej reklamy, prevádzkovateľ zabezpečí, aby sa informácie uvedené v odseku 1 písm. c) a e) oznámili vydavateľovi politickej reklamy s cieľom umožniť mu splniť si povinnosti podľa tohto nariadenia. Informácie sa zasielajú včas a správne v súlade s najlepšimi postupmi a odvetvovými normami prostredníctvom štandardizovaného automatizovaného procesu, ak je to technicky možné.
 3. Poskytovatelia služieb politickej reklamy v prípade potreby zašlú prevádzkovateľom informácie potrebné na splnenie povinností podľa odsekov 1 a 2.
 4. Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade s odsekom 1 písm. c) a e) a odsekmi 2 a 3, sa predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a, ak je to technicky možné, strojovo čitateľný, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.

5. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 28 s cieľom zmeniť toto nariadenie pridaním písmen do zoznamu písmen v odseku 1 tohto článku, vzhľadom na technologický vývoj, trhové postupy v príslušnom vedeckom výskume a na vývoj v oblasti dohľadu zo strany príslušných orgánov a príslušných usmernení vydaných príslušnými orgánmi.

Článok 20

Zasielanie informácií týkajúcich sa cielenia alebo dodávania online politických reklamných oznámení iným zainteresovaným subjektom

Prevádzkovatelia prijímú primerané opatrenia, aby sa zainteresovaným subjektom uvedeným v článku 17 ods. 2 na ich žiadosť a bezodplatne zaslali informácie uvedené v článku 19.

Kapitola IV

Dohľad a presadzovanie

Článok 21

Právny zástupca

1. Poskytovateľ služieb, ktorý poskytuje služby politickej reklamy v Únii, ale nie je usadený v Únii, písomne určí fyzickú alebo právnickú osobu ako svojho právneho zástupcu v jednom z členských štátov, v ktorých uvedený poskytovateľ ponúka svoje služby.

Určený právny zástupca sa zaregistruje na príslušnom orgáne uvedenom v odseku 4 v členskom štáte, v ktorom má pobyt alebo v ktorom je usadený. Na tento účel poskytovateľa služieb predložia uvedenému príslušnému orgánu meno, poštovú adresu, e-mailovú adresu a telefónne číslo svojho právneho zástupcu. Predložené informácie musia byť presné a v strojovo čitateľnom formáte a aktualizované.

2. Právny zástupca je zodpovedný za zabezpečenie dodržiavania povinností podľa tohto nariadenia a bez toho, aby bola dotknutá zodpovednosť poskytovateľa služieb a akékoľvek súdne konanie, ktoré by sa proti nemu mohlo začať, môže byť zodpovedný za akékoľvek nedodržanie povinností podľa tohto nariadenia. Právny zástupca je adresátom všetkej komunikácie s príslušným poskytovateľom služieb, ktoré sa poskytujú podľa tohto nariadenia. Všetka komunikácia s týmto právnym zástupcom sa považuje za komunikáciu so zastupovaným poskytovateľom služieb.

3. Poskytovatelia služieb poskytnú svojmu právnenmu zástupcovi potrebné právomoci a dostatočné zdroje s cieľom zaručiť efektívnu a včasnú spoluprácu s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi a v náležitom prípade s Komisiou a zabezpečiť súlad s ich rozhodnutiami.
4. Členské štáty určia jeden príslušný vnútroštátny orgán zodpovedný za vedenie verejne dostupných a strojovo čitateľných online registrov všetkých právnych zástupcov registrovaných na ich území podľa tohto nariadenia. Príslušný vnútroštátny orgán zabezpečí, aby takéto informácie boli ľahko dostupné a úplné a pravidelne aktualizované. Členské štáty poskytnú Komisii odkazy na príslušné webové sídla.
5. Komisia zriadi a udržiava verejne prístupný portál prepojený s webovými sídlami, ktoré poskytnú členské štáty podľa odseku 4.

Článok 22

Príslušné orgány a kontaktné miesta

1. Dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo Európsky dozorný úradník pre ochranu údajov uvedený v článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sú príslušní monitorovať uplatňovanie článkov 18 a 19 tohto nariadenia v príslušnej oblasti svojej pôsobnosti. Článok 58 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článok 58 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sa uplatňujú primerane. Na činnosti, na ktoré sa vzťahujú články 18 a 19 tohto nariadenia, sa uplatňuje kapitola VII nariadenia (EÚ) 2016/679.
2. Európsky výbor pre ochranu údajov uvedený v článku 68 nariadenia (EÚ) 2016/679 vypracuje z vlastnej iniciatívy alebo na žiadosť Komisie usmernenia na účely pomoci dozorným orgánom uvedeným v nariadení (EÚ) 2016/679 pri posudzovaní súladu s požiadavkami tohto nariadenia.

3. Členské štáty určia príslušné orgány, aby dohliadali na to, či poskytovatelia sprostredkovateľských služieb v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/2065 dodržiavajú povinnosti stanovené v článkoch 7 až 17 a v náležitom prípade v článku 21 tohto nariadenia. Príslušné orgány určené podľa nariadenia (EÚ) 2022/2065 môžu byť aj jedným z príslušných orgánov určených na dohliadanie nad plnením povinností stanovených v článkoch 7 až 17 a v článku 21 tohto nariadenia online sprostredkovateľmi. Koordinátor digitálnych služieb uvedený v článku 49 nariadenia (EÚ) 2022/2065 v každom členskom štáte je zodpovedný za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni, pokiaľ ide o poskytovateľov sprostredkovateľských služieb v zmysle ich vymedzenia v nariadení (EÚ) 2022/2065. Na záležitosti súvisiace s uplatňovaním tohto nariadenia, pokiaľ ide o poskytovateľov sprostredkovateľských služieb, sa uplatňuje článok 49, článok 58 ods. 1 až 4 a článok 60 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2022/2065. Článok 51 nariadenia (EÚ) 2022/2065 sa primerane uplatňuje, pokiaľ ide o právomoci príslušných orgánov určených podľa tohto odseku.
4. Každý členský štát určí jeden príslušný orgán alebo viacero príslušných orgánov, ktoré majú byť zodpovedné za uplatňovanie a presadzovanie aspektov tohto nariadenia, ktoré nie sú uvedené v odsekoch 1 a 3 tohto článku. Uvedené príslušné orgány sa môžu líšiť od orgánov uvedených v odsekoch 1 a 3 tohto článku a môžu byť rovnaké ako orgány uvedené v článku 30 smernice 2010/13/EÚ. Každý príslušný orgán určený podľa tohto odseku musí byť štrukturálne úplne nezávislý tak od sektora, ako aj od akéhokoľvek vonkajšieho zásahu alebo politického tlaku. Konajúc úplne nezávisle účinne monitoruje a prijíma opatrenia potrebné a primerané na zabezpečenie dohľadu nad týmto nariadením, súladu s ním a jeho presadzovania.

5. Príslušné orgány uvedené v odseku 4 majú pri vykonávaní svojich úloh v súvislosti s týmto nariadením právomoc:
- a) požiadať o prístup k údajom, dokumentom alebo akýmkoľvek potrebným informáciám, najmä od zadávateľa alebo dotknutých poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktoré majú príslušné orgány použiť len na účely monitorovania a posudzovania súladu s týmto nariadením v súlade s príslušnými právnymi predpismi o ochrane osobných údajov a ochrane dôverných informácií;
 - b) vydávať varovania určené poskytovateľom služieb politickej reklamy týkajúce sa nedodržovania povinností podľa tohto nariadenia;
 - c) nariadiť ukončenie porušovania povinnosti a požadovať od zadávateľov alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy, aby podnikli kroky potrebné na dosiahnutie súladu s týmto nariadením;
 - d) uložiť pokuty alebo finančné sankcie alebo v náležitom prípade iné finančné opatrenia alebo požiadať súdny orgán o ich uloženie;
 - e) v náležitom prípade uložiť pravidelné penále alebo o to požiadať súdny orgán vo svojom členskom štáte;
 - f) v náležitom prípade uložiť nápravné opatrenia primerané porušeniu a potrebné na účinné ukončenie porušovania povinnosti alebo o to požiadať súdny orgán vo svojom členskom štáte;

- g) uverejniť vyhlásenie, v ktorom sa uvedie právnická a fyzická osoba alebo osoby zodpovedné za porušenie povinnosti stanovenej v tomto nariadení a povaha tohto porušenia;
 - h) vykonávať kontroly v akýchkoľvek priestoroch, ktoré poskytovatelia služieb politickej reklamy používajú na účely súvisiace s ich obchodnou, podnikateľskou, remeselnou alebo profesijnou činnosťou, alebo o to požiadať súdny orgán, a to s cieľom preskúmať, zadržať, vyhotoviť alebo získať kópie alebo výpisy informácií v akejkoľvek forme bez ohľadu na pamäťové médium.
6. Členské štáty zabezpečia, aby vnútroštátne príslušné orgány mali všetky prostriedky potrebné na plnenie svojich úloh podľa tohto nariadenia vrátane dostatočných technických, finančných a ľudských zdrojov na výkon náležitého dohľadu nad zadávateľmi a poskytovateľmi služieb politickej reklamy v rámci svojich právomocí podľa tohto nariadenia.
7. Členské štáty zabezpečia účinnú a štruktúrovanú spoluprácu a koordináciu na vnútroštátnej úrovni medzi všetkými relevantnými orgánmi uvedenými v odsekoch 1 až 4 na uľahčenie rýchlej a zabezpečenej výmeny informácií o otázkach spojených s vykonávaním ich úloh a právomocí v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj oznámením zistených porušení, ktoré sú relevantné pre iné orgány, výmenou zistení a odborných znalostí a spoluprácou pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.

8. Národné kontaktné miesta určené členskými štátmi podľa odseku 9 druhého pododseku sa pravidelne stretávajú na úrovni Únie v sieti národných kontaktných miest. Sieť národných kontaktných miest slúži ako platforma na pravidelnú výmenu informácií, najlepších postupov a štruktúrovanú spoluprácu medzi národnými kontaktnými miestami a Komisiou vo všetkých aspektoch tohto nariadenia. Sieť národných kontaktných miest predovšetkým uľahčuje spoluprácu na úrovni Únie, pokiaľ ide o uplatňovanie a presadzovanie tohto nariadenia, a v spolupráci s príslušnými zainteresovanými stranami uľahčuje prípravu usmernení na podporu zadávateľov a poskytovateľov služieb politickej reklamy pri dodržiavaní požiadaviek tohto nariadenia. Sieť národných kontaktných miest sa schádza najmenej dvakrát ročne a v prípade potreby na riadne odôvodnenú žiadosť Komisie alebo členského štátu. Úzko spolupracuje s Európskou sieťou pre spoluprácu v oblasti volieb, skupinou európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby a inými príslušnými sieťami alebo orgánmi s cieľom uľahčiť rýchlu a zabezpečenú výmenu informácií o otázkach súvisiacich s dohľadom nad týmto nariadením a jeho presadzovaním. Komisia sa zúčastňuje na schôdzach siete národných kontaktných miest a poskytuje administratívnu podporu.

9. Ak členský štát určí viac než jeden príslušný orgán, zabezpečí jednoznačné vymedzenie príslušných úloh uvedených orgánov, ako aj ich úzku a účinnú vzájomnú spoluprácu pri vykonávaní ich úloh.

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

Národné kontaktné miesta podporujú a uľahčujú účinnú spoluprácu medzi príslušnými vnútroštátnymi orgánmi a s inými národnými kontaktnými miestami iných členských štátov. Členské štáty zverejnia kontaktné údaje svojich národných kontaktných miest. Dotknuté členské štáty v relevantnom prípade oznámia názvy iných príslušných orgánov, ako aj ich príslušné úlohy sieti národných kontaktných miest.

Článok 23

Cezhraničná spolupráca

1. Dodržiavanie tohto nariadenia poskytovateľmi služieb politickej reklamy a zadávateľmi patrí do právomoci členského štátu, v ktorom je poskytovateľ usadený. V prípade, že je poskytovateľ usadený vo viac ako jednom členskom štáte, predpokladá sa, že sa na neho vzťahuje právomoc členského štátu, v ktorom má svoje hlavné miesto podnikateľskej činnosti.
2. Bez toho, aby bol dotknutý článok 22 ods. 1 a 2 a odsek 1 tohto článku, príslušný orgán alebo orgány všetkých členských štátov podľa potreby navzájom spolupracujú a vzájomne si poskytujú pomoc.

3. Príslušný orgán po prijatí odôvodnenej žiadosti od iného príslušného orgánu poskytne tomuto inému príslušnému orgánu pomoc bez zbytočného odkladu, najneskôr však do jedného mesiaca od prijatia žiadosti, aby sa opatrenia dohľadu alebo presadzovania uvedené v článku 22 ods. 5 mohli vykonávať účinným, efektívnym a konzistentným spôsobom. Príslušný orgán po prijatí odôvodnenej žiadosti o informácie od príslušného orgánu iného členského štátu prostredníctvom národných kontaktných miest uvedených v článku 22 ods. 9 poskytne tomuto príslušnému orgánu požadované informácie bez zbytočného odkladu, najneskôr však do 14 dní od prijatia žiadosti. Uvedenú lehotu možno predĺžiť na jeden mesiac v prípadoch, ktoré si vyžadujú dodatočné vyšetrenie alebo informácie od viacerých príslušných orgánov.

4. Ak má príslušný vnútroštátny orgán členského štátu dôvod na podozrenie, že na jeho území došlo k porušeniu tohto nariadenia, upozorní na to príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti poskytovateľa a v náležitom prípade ho požiada, aby záležitosť posúdil a prijal potrebné vyšetrovacie opatrenia a opatrenia na presadzovanie práva uvedené v odseku 7.

5. Upozornenie podľa odseku 4 musí byť riadne odôvodnené a primerané a musia sa v ňom uvádzať:
- a) informácie umožňujúce identifikáciu zadávateľa alebo poskytovateľa služieb politickej reklamy;
 - b) opis relevantných skutočností, príslušných ustanovení tohto nariadenia a dôvody, pre ktoré má príslušný orgán, ktorý zaslal upozornenie, podozrenie, že došlo k porušeniu tohto nariadenia, a v relevantnom prípade aj vrátane opisu skutočností umožňujúcich posúdenie kritérií stanovených v článku 25 ods. 4;
 - c) informácie, kde možno získať príslušné politické reklamné oznámenie alebo jeho kópiu;
 - d) akékoľvek ďalšie informácie, ktoré príslušný orgán, ktorý zaslal upozornenie, považuje za relevantné, a v relevantnom prípade aj vrátane informácií, ktoré zhromaždil z vlastnej iniciatívy.
6. Ak príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti nemá dostatočné informácie na to, aby mohol konať na základe upozornenia, ktoré prijal podľa odseku 4, môže o dodatočné informácie požiadať príslušný orgán, ktorý upozornenie zaslal. Príslušný orgán po prijatí takejto žiadosti poskytne požadované informácie bez zbytočného odkladu.

Plynutie lehoty stanovenej v odseku 7 sa pozastaví, až kým sa neposkytnú dané dodatočné informácie.

7. Príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti bez zbytočného odkladu, najneskôr do jedného mesiaca od prijatia upozornenia uvedeného v odseku 4, alebo v náležitom prípade informácií uvedených v odseku 6 oznámi príslušnému orgánu, ktorý upozornenie zaslal, a sieti národných kontaktných miest svoje posúdenie údajného porušenia a informácie o vyšetrovacích opatreniach alebo opatreniach presadzovania práva, ktoré boli prijaté alebo sa plánujú prijať na zabezpečenie súladu s týmto nariadením.
8. Ak sa vyšetrowanie údajného porušenia týka poskytovania služieb politickej reklamy v jednom alebo vo viacerých členských štátoch, v ktorých poskytovateľ služieb politickej reklamy nemá svoje hlavné miesto podnikateľskej činnosti, príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti môže začať a viesť spoločné vyšetrowanie za účasti príslušného orgánu alebo orgánov týchto členských štátov:
- a) z vlastnej iniciatívy a po získaní súhlasu požiadaného príslušného orgánu či orgánov; alebo
 - b) po žiadosti iného príslušného orgánu alebo orgánov na základe odôvodneného podozrenia, že poskytovaním služieb politickej reklamy poskytovateľom služieb politickej reklamy, ktorý je usadený v členskom štáte hlavného miesta podnikateľskej činnosti, došlo k porušeniu tohto nariadenia alebo podstatnému ovplyvneniu fyzických osôb na území príslušného orgánu alebo orgánov, ktoré podali žiadosť.

9. Na účely odseku 8 príslušný orgán, ktorý žiada o začatie spoločného vyšetrovania, poskytne danému inému príslušnému orgánu alebo orgánom informácie uvedené v odseku 5. Ak sa príslušný orgán rozhodne nezúčastniť sa na spoločnom vyšetrovaní, poskytne na tento účel danému inému príslušnému orgánu alebo orgánom odôvodnené vysvetlenie.
10. Pri vykonávaní spoločného vyšetrovania príslušné orgány spolupracujú v dobrej viere a vykonávajú svoje vyšetrovacie právomoci potrebné na vyšetrovanie údajného porušenia. Príslušné orgány vykonávajúce spoločné vyšetrovanie sa navzájom informujú o každom relevantnom opatrení presadzovania, ktoré iniciujú alebo majú v úmysle iniciovať.

Článok 24

Právo podať sťažnosť

Bez toho, aby tým bol dotknutý iný správny postup alebo súdny prostriedok nápravy, príslušné orgány riadne vybavujú každé upozornenie na možné porušenia tohto nariadenia a na požiadanie informujú osobu alebo subjekt, ktoré upozornenie zaslali, o následne prijatých opatreniach. Počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendumami sa každé upozornenie prijaté v súvislosti s uvedenými voľbami alebo referendumami vybaví bez zbytočného odkladu.

Príslušné orgány bez zbytočného odkladu postupujú sťažnosti, ktoré spadajú do pôsobnosti iného príslušného orgánu v inom členskom štáte, danému príslušnému orgánu.

Článok 25

Sankcie

1. Členské štáty stanovujú pravidlá, pokiaľ ide o sankcie, alebo iné opatrenia podľa potreby uplatniteľné na zadávateľov alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy pri porušení článkov 5 až 17, 20 a 21 a prijímajú všetky opatrenia potrebné na zabezpečenie ich včasného vykonávania.

Stanovené sankcie musia byť účinné, primerané a odrádzajúce. Pri stanovovaní pravidiel týkajúcich sa sankcií členské štáty zohľadňujú pravidlá upravujúce slobodu tlače a slobodu prejavu v iných médiách a pravidlá alebo kódexy vzťahujúce sa na novinárske povolanie.

2. Maximálna výška finančnej sankcie, ktorá sa môže uložiť, vychádza z ekonomických možností subjektu, na ktorý sa vzťahujú sankcie, a predstavuje:
 - a) 6 % ročného príjmu alebo rozpočtu zadávateľa alebo v náležitom prípade poskytovateľa služieb politickej reklamy podľa toho, ktorá hodnota je vyššia; alebo
 - b) 6 % ročného celosvetového obratu zadávateľa alebo poskytovateľa služieb politickej reklamy v predchádzajúcom finančnom roku.
3. Členské štáty o uvedených pravidlách a opatreniach do ... [21 mesiacov od nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia] informujú Komisiu a bezodkladne jej oznámia každú nasledujúcu zmenu, ktorá ich ovplyvní.

4. Pri rozhodovaní o druhu sankcií a ich výške sa v každom jednotlivom prípade okrem iného náležite zohľadní:
- a) povaha, závažnosť, opakovanie a trvanie porušenia;
 - b) úmyselný alebo nedbanlivostný charakter porušenia;
 - c) akékoľvek opatrenia prijaté na zmiernenie akýchkoľvek škôd;
 - d) akékoľvek relevantné predchádzajúce porušenia a akékoľvek iné prít'azujúce alebo poľahčujúce okolnosti vzťahujúce sa na okolnosti daného prípadu;
 - e) stupeň spolupráce s príslušným orgánom; a
 - f) v náležitom prípade veľkosť a ekonomické možnosti subjektu, na ktorý sa vzťahujú sankcie.
5. Porušenia článkov 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 a 18 sa považujú za obzvlášť závažné, ak sa týkajú politickej reklamy uverejnenej alebo šírenej počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum a zameranej na občanov v členskom štáte, v ktorom sa príslušné voľby alebo referendum organizujú. Členské štáty môžu uložiť aj pravidelné penále s cieľom prinútiť zadávateľov, poskytovateľov služieb politickej reklamy a vydavateľov politickej reklamy, aby ukončili vážne a opakované porušovanie tohto nariadenia.
6. Za porušenie povinností stanovených v článkoch 18 a 19 tohto nariadenia môžu dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 v rámci svojich právomocí ukladať pokuty v súlade s článkom 83 nariadenia (EÚ) 2016/679, a to do sumy uvedenej v článku 83 ods. 5 uvedeného nariadenia.

7. Za porušenie povinností stanovených v článkoch 18 a 19 tohto nariadenia môže európsky dozorný úradník pre ochranu údajov uvedený v článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 v rámci svojich právomocí ukladať pokuty v súlade s článkom 66 nariadenia (EÚ) 2018/1725, a to do sumy uvedenej v článku 66 ods. 3 uvedeného nariadenia.
8. Členské štáty každoročne podávajú Komisii správu o sankciách uložených na presadzovanie ustanovení tohto nariadenia, najmä o druhu uplatnených sankcií a výške pokút a finančných sankcií. Komisia zohľadní tieto informácie pri vypracúvaní správy požadovanej podľa článku 27.

Článok 26

Uverejnenie dátumov volieb a referend

1. Členské štáty uverejnia termíny svojich volieb a referend a v náležitom prípade svojich volebných období, na ľahko dostupnom mieste a spolu s vhodným odkazom na toto nariadenie.
2. Komisia poskytne portál, prostredníctvom ktorého členské štáty poskytnú dátumy svojich volieb, referend a v náležitom prípade svojich volebných období ihneď po ich oznámení. Portál musí byť verejne prístupný.

Kapitola V

Závěrečné ustanovenia

Článek 27

Hodnotenie a preskúmanie

Do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu Komisia predloží Európskemu parlamentu a Rade správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. Uvedená správa sa zverejní a posúdi sa v nej potreba zmeny tohto nariadenia, najmä pokiaľ ide o:

- a) rozsah pôsobnosti tohto nariadenia a vymedzenie politickej reklamy v článku 3 bode 2;
- b) účinnosť tohto nariadenia, pokiaľ ide o konkrétne prostriedky politickej reklamy;
- c) účinnosť opatrení v oblasti transparentnosti, najmä vyhlásenia a mechanizmov na identifikáciu politickej povahy reklamnej služby alebo reklamného oznámenia, ako sa uvádza v článkoch 7 a 8;
- d) účinnosť pravidiel obmedzujúcich spracúvanie osobných údajov na účely techník cielenia a techník dodávania reklamy;
- e) účinnosť štruktúry dohľadu a presadzovania, ako aj druh a výšku sankcií uložených členskými štátmi;

- f) vplyv tohto nariadenia na mediálne subjekty, ktoré sa považujú za mikropodniky, malé a stredné podniky podľa článku 3 ods. 1, 2 a 3 smernice 2013/34/EÚ;
- g) účinnosť tohto nariadenia vzhľadom na technologický, vedecký a iný vývoj;
- h) vzájomné pôsobenie tohto nariadenia s právnymi aktmi Únie uvedenými v článku 2 ods. 3;
- i) pokrok dosiahnutý pri zriaďovaní európskeho archívu a jeho následné fungovanie.

Článok 28

Vykonávanie delegovania právomoci

1. Komisii sa udeľuje právomoc prijímať delegované akty za podmienok stanovených v tomto článku.
2. Právomoc prijímať delegované akty uvedené v článku 12 ods. 6 a článku 19 ods. 5 sa Komisii udeľuje na obdobie štyroch rokov od ... [deň nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia]. Komisia vypracuje správu týkajúcu sa delegovania právomoci najneskôr deväť mesiacov pred uplynutím tohto štvorročného obdobia. Delegovanie právomoci sa automaticky predlžuje o rovnako dlhé obdobia, pokiaľ Európsky parlament alebo Rada nevznesú voči takémuto predĺženiu námietku najneskôr tri mesiace pred koncom každého obdobia.

3. Delegovanie právomoci uvedené v článku 12 ods. 6 a článku 19 ods. 5 môže Európsky parlament alebo Rada kedykoľvek odvolať. Rozhodnutím o odvolaní sa ukončuje delegovanie právomoci, ktoré sa v ňom uvádza. Rozhodnutie nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie* alebo k neskoršiemu dátumu, ktorý je v ňom určený. Nie je ním dotknutá platnosť delegovaných aktov, ktoré už nadobudli účinnosť.
4. Komisia pred prijatím delegovaného aktu konzultuje s expertmi určenými jednotlivými členskými štátmi v súlade so zásadami stanovenými v Medziinštitucionálnej dohode z 13. apríla 2016 o lepšej tvorbe práva.
5. Komisia oznamuje delegovaný akt hneď po jeho prijatí súčasne Európskemu parlamentu a Rade.
6. Delegovaný akt prijatý podľa článku 12 ods. 6 alebo článku 19 ods. 5 nadobudne účinnosť, len ak Európsky parlament alebo Rada voči nemu nevzniesli námietku v lehote dvoch mesiacov odo dňa oznámenia uvedeného aktu Európskemu parlamentu a Rade alebo ak pred uplynutím uvedenej lehoty Európsky parlament a Rada informovali Komisiu o svojom rozhodnutí nevzniesť námietku. Na podnet Európskeho parlamentu alebo Rady sa táto lehota predĺži o dva mesiace.

Článok 29
Postup výboru

1. Komisii pomáha výbor. Uvedený výbor je výborom v zmysle nariadenia (EÚ) č. 182/2011.
2. Ak sa odkazuje na tento odsek, uplatňuje sa článok 5 nariadenia (EÚ) č. 182/2011.

Článok 30
Nadobudnutie účinnosti a uplatňovanie

1. Toto nariadenie nadobúda účinnosť dvadsiatym dňom nasledujúcim po jeho uverejnení v *Úradnom vestníku Európskej únie*.
2. Uplatňuje sa od ... [18 mesiacov odo dňa nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia]. V rozsahu uplatňovania tohto nariadenia sa však článok 3 a článok 5 ods. 1 uplatňujú odo dňa nadobudnutia jeho účinnosti.

Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V ...

Za Európsky parlament
predsedníčka

Za Radu
predseda/predsedníčka
