



EVROPSKÁ UNIE

EVROPSKÝ PARLAMENT

RADA

**Štrasburk 13. března 2024
(OR. en)**

**2021/0381(COD)
LEX 2310**

**PE-CONS 90/1/23
REV 1**

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

**NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY
O TRANSPARENTNOSTI A CÍLENÍ POLITICKÉ REKLAMY**

**NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY
(EU) 2024/...**

ze dne 13. března 2024

o transparentnosti a cílení politické reklamy

(Text s významem pro EHP)

EVROPSKÝ PARLAMENT A RADA EVROPSKÉ UNIE,

s ohledem na Smlouvu o fungování Evropské unie, a zejména na články 16 a 114 této smlouvy,

s ohledem na návrh Evropské komise,

po postoupení návrhu legislativního aktu vnitrostátním parlamentům,

s ohledem na stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru¹,

s ohledem na stanovisko Výboru regionů²,

v souladu s řádným legislativním postupem³,

¹ Úř. věst. C 275, 18.7.2022, s. 66.

² Úř. věst. C 301, 5.8.2022, s. 102.

³ Postoj Evropského parlamentu ze dne 27. února 2024 (dosud nezveřejněný v Úředním věstníku) a rozhodnutí Rady ze dne 11. března 2024.

vzhledem k těmto důvodům:

- (1) Poptávka po politické reklamě stejně jako její nabídka roste a stále častěji získává přeshraniční povahu. S uvedenou činností je spojeno rostoucí množství různorodých služeb, jako jsou služby politického poradenství, reklamních agentur, platform reklamních technologií, poradenství v oblasti vztahů s veřejností, vlivných uživatelů (tzv. influencerů) a různých poskytovatelů datových analýz a služeb zprostředkování. Politická reklama může mít mnoho podob, včetně placeného obsahu, sponzorovaných výsledků vyhledávání, placených cílených sdělení, zajištění výhodnějšího pořadí při zobrazování reklam, propagace věci nebo osoby začleněním do obsahu v podobě např. umístění produktu (tzv. product placement), propagace influencerů a další podpory. Související činnosti mohou zahrnovat například šíření politické reklamy na žádost zadavatele nebo zveřejnění obsahu za úplaty nebo jinou formu odměny, včetně věcného plnění.
- (2) Politickou reklamu lze různými způsoby a prostřednictvím různých médií šířit nebo zveřejňovat i přes hranice, a to online i offline prostředky. Její využívání rychle roste a lze ji šířit nebo zveřejňovat prostřednictvím tradičních offline médií, jako jsou noviny, televize a rozhlas, a stále častěji rovněž prostřednictvím online platform, internetových stránek, mobilních aplikací, počítačových her a jiných digitálních rozhraní. U reklamy nabízené prostřednictvím těchto online platform existuje nejen velká pravděpodobnost jejího šíření přes hranice, ale nese s sebou rovněž nové a náročné výzvy v oblasti regulace a vymáhání. Míra využívání online politické reklamy výrazně roste a některé lineární offline formy politické reklamy, jako např. její vysílání v rozhlase a televizi, jsou rovněž nabízeny online jako služby na vyžádání. Politické reklamní kampaně bývají organizovány tak, aby využívaly celou řadu médií a forem.

- (3) Vzhledem k tomu, že je zpravidla poskytována za úplatu, jež může mít podobu věcného plnění, představuje reklama, včetně politické reklamy, službu podle článku 57 Smlouvy o fungování Evropské unie (dále jen „Smlouva o fungování EU“). V prohlášení č. 22 o osobách se zdravotním postižením připojeném k Amsterodamské smlouvě souhlasila konference zástupců vlád členských států s tím, že při přípravě opatření podle článku 114 Smlouvy o fungování EU zohlední orgány Unie potřeby osob se zdravotním postižením.
- (4) Potřeba zajistit transparentnost je legitimním veřejným cílem, který je v souladu s hodnotami sdílenými Unií a jejími členskými státy podle článku 2 Smlouvy o Evropské unii (dále jen „Smlouva o EU“). Pro občany není vždy snadné rozpoznat politická reklamní sdělení a uplatňovat svá demokratická práva informovaným způsobem. Větší propracovanost dezinformací, různorodost subjektů, rychlý vývoj nových technologií a intenzivnější šíření manipulace s informacemi a vměšování do našich demokratických volebních a regulačních procesů představují pro Unii a členské státy významné výzvy. Politická reklama může být nositelem dezinformací zejména v případech, kdy reklama otevřeně nepřiznává, že je politické povahy, pochází od zadavatelů ze zemí mimo Unii nebo že je spojena s technikami cílení nebo technikami doručování reklamních sdělení. Vysoká úroveň transparentnosti je nezbytná mimo jiné pro podporu otevřené a spravedlivé politické diskuse a politických kampaní a svobodných a spravedlivých voleb nebo referend a pro boj proti manipulacím s informacemi a vměšování, jakož i nezákonnému vměšování, a to i ze strany třetích zemí. Transparentnost politické reklamy přispívá k tomu, aby voliči, a lidé obecně, lépe pochopili, kdy jsou jim politická reklamní sdělení prezentována, pro koho byla vytvořena a rovněž jakým způsobem a proč jsou na ně poskytovatelem reklamních služeb cílena, aby se mohli informovaněji rozhodovat. Měla by být podporována mediální gramotnost s cílem pomáhat tak lidem, aby mohli transparentnost politické reklamy využít co nejlépe.

- (5) Cílem tohoto nařízení je zajistit, aby byla při poskytování politické reklamy plně dodržována základní práva.
- (6) V souvislosti s politickou reklamou se často využívají techniky cílení a techniky doručování reklamních sdělení založené na zpracování osobních údajů, včetně pozorovaných a odvozených osobních údajů, jako jsou údaje odhalující politické názory a další zvláštní kategorie údajů. Technikami cílení bychom měli rozumět techniky, které se používají buď k tomu, aby bylo politické reklamní sdělení zobrazeno pouze konkrétní osobě nebo skupině osob, nebo k vyloučení konkrétní osoby nebo skupiny osob, zpravidla prostřednictvím personalizovaného obsahu, na základě zpracování osobních údajů. Technikami doručování reklamních sdělení bychom měli rozumět širokou škálu technik optimalizace, které vycházejí z automatizovaného zpracování osobních údajů a slouží ke zvýšení oběhu, dosahu nebo viditelnosti politického reklamního sdělení. Tyto techniky mohou používat vydavatelé politické reklamy, a zejména velmi velké online platformy ve smyslu nařízení Evropského parlamentu a Rady⁴ (EU) 2022/2065 k tomu, aby doručili politické reklamní sdělení cílové skupině na základě osobních údajů a obsahu reklamy. Doručování reklamních sdělení pomocí těchto technik zahrnuje použití algoritmů, které jsou pro jednotlivce v současnosti neprůhledné a jejichž účinek se může lišit od toho, co zamýšleli zadavatelé nebo poskytovatelé reklamních služeb jednající jménem zadavatelů. S ohledem na potenciál ke zneužití osobních údajů prostřednictvím cílení, včetně mikrocílení a jiných pokročilých technik, mohou tyto techniky představovat zvláštní hrozbu pro oprávněné veřejné zájmy, jako jsou spravedlnost, rovné příležitosti a transparentnost ve volebním procesu a pro základní práva na svobodu vyjadřování, na soukromí a na ochranu osobních údajů a na rovnost a nediskriminaci, jakož i na právo být informován objektivním, transparentním a pluralitním způsobem.

⁴ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2022/2065 ze dne 19. října 2022 o jednotném trhu digitálních služeb a o změně směrnice 2000/31/ES (nařízení o digitálních službách) (Úř. věst. L 277, 27.10.2022, s. 1).

- (7) Politická reklama je v současné době v členských státech regulována různorodě a v mnoha případech se regulace zaměřuje spíše na tradiční sdělovací prostředky. Existují určitá omezení, včetně omezení přeshraničního poskytování služeb politické reklamy, která mají vliv na provádění přeshraničních a celoevropských politických kampaní. Některé členské státy zakazují subjektům poskytujícím služby v Unii, které jsou usazeny v jiných členských státech, poskytovat během období voleb služby politické povahy nebo s politickým cílem. Zároveň je pravděpodobné, že ve vnitrostátním právu některých členských států existují nedostatky a mezery, což vede k tomu, že politická reklama je někdy šířena bez ohledu na příslušná vnitrostátní pravidla a hrozí tak, že bude narušen cíl regulace transparentnosti politické reklamy.
- (8) Za účelem zajištění větší transparentnosti politické reklamy, včetně řešení obav občanů, již některé členské státy prozkoumaly nebo zvažují další opatření, která by se zabývala transparentností politické reklamy a podpořila spravedlivou politickou diskusi a svobodný a spravedlivý průběh voleb nebo referend. Tato vnitrostátní opatření se týkají zejména politické reklamy zveřejňované a šířené online a mohou zahrnovat další omezení. Uvedená opatření mají různou intenzitu od měkkých až po závazná a zahrnují různé prvky transparentnosti.
- (9) Tato situace vede k roztříštěnosti vnitřního trhu, oslabuje právní jistotu poskytovatelů služeb politické reklamy, kteří připravují, zadávají, propagují, zveřejňují, doručují nebo šíří politická reklamní sdělení, vytváří překážky volného pohybu souvisejících služeb, narušuje hospodářskou soutěž na vnitřním trhu, včetně hospodářské soutěže mezi poskytovateli služeb offline a online, komplikuje úsilí o dosažení souladu s předpisy a nese s sebou dodatečné náklady pro příslušné poskytovatele služeb.

- (10) V této souvislosti stávající situace poskytovatele služeb politické reklamy spíše odrazuje od poskytování služeb politické reklamy v přeshraničních situacích. Platí to zejména pro mikropodniky a malé a střední podniky, které často nemají prostředky na to, aby absorbovaly vysoké náklady na dodržování předpisů spojené s přípravou, zadáváním, propagací, zveřejňováním, doručováním nebo šířením politické reklamy ve více než jednom členském státě, nebo aby je přenesly na své zákazníky. To omezuje dostupnost služeb a nepříznivě ovlivňuje schopnost poskytovatelů služeb inovovat a nabízet na vnitřním trhu kampaně určené pro více médií a více zemí.
- (11) Při poskytování služeb politické reklamy by proto v celé Unii měla být zajištěna jednotná a vysoká úroveň transparentnosti politické reklamy a zároveň by se měly eliminovat rozdíly, které brání volnému pohybu souvisejících služeb na vnitřním trhu, a to tím, že se pro zadavatele a poskytovatele služeb politické reklamy stanoví harmonizovaná pravidla pro poskytování služeb politické reklamy, a to i pokud jde o povinnosti v oblasti transparentnosti a související náležitě péče, která zaručují jednotnou ochranu práv osob a dohled na celém vnitřním trhu na základě článku 114 Smlouvy o fungování EU.
- (12) Členské státy by ve svém vnitrostátním právním rámci neměly ponechávat ani do něj zavádět ustanovení o transparentnosti politické reklamy, jež se odchyľují od ustanovení tohoto nařízení, zejména více či méně přísná ustanovení za účelem zajištění odlišné úrovně transparentnosti politické reklamy. Úplná harmonizace povinností v oblasti transparentnosti a související náležitě péče spojených s politickými reklamními sděleními zvyšuje právní jistotu a snižuje roztržštěnost povinností, které poskytovatelé služeb v souvislosti s politickou reklamou plní.

- (13) Úplnou harmonizací povinností v oblasti transparentnosti a související náležitě péče by neměla být dotčena svoboda poskytovatelů služeb politické reklamy poskytovat dobrovolně další informace o politické reklamě v rámci svobody projevu a informací chráněné článkem 11 Listiny základních práv Evropské unie (dále jen „Listina“).
- (14) Toto nařízení se omezuje na harmonizaci pravidel pro transparentnost a související náležitou péči při poskytování služeb politické reklamy a používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení, jakož i pravidel pro dohled nad touto harmonizací a jejím vymáháním. Toto nařízení by nemělo mít vliv na obsah politických reklamních sdělení ani na pravidla Unie nebo členských států upravující aspekty, jež souvisejí s politickou reklamou, s výjimkou těch, na které se toto nařízení vztahuje. Tímto nařízením se tedy nemění pravidla upravující vedení a financování politických kampaní, včetně všeobecných zákazů či omezení politických reklam během konkrétních období, tzv. dob zákazu volební agitace, darů od jednotlivých dárců kampaně nebo zákazů týkajících se použití obchodní reklamy pro účely volební kampaně. Dále by tímto nařízením nemělo být dotčeno zejména základní právo na svobodu přesvědčení a svobodu projevu.
- (15) Při uplatňování a prosazování tohoto nařízení by měly být v souladu se zásadou proporcionality zohledněny zvláštní potřeby mikropodniků a malých a středních podniků. Pojem mikropodnik a malý a střední podnik by měl být chápán jako podnik splňující podmínky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/34/EU⁵.

⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/34/EU ze dne 26. června 2013 o ročních účetních závěrkách, konsolidovaných účetních závěrkách a souvisejících zprávách některých forem podniků, o změně směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/43/ES a o zrušení směrnic Rady 78/660/EHS a 83/349/EHS (Úř. věst. L 182, 29.6.2013, s. 19).

- (16) Toto nařízení by mělo stanovit harmonizované povinnosti v oblasti transparentnosti a související náležitě péče, které se vztahují na hospodářské subjekty poskytující politickou reklamu a související služby (tj. činnosti, které jsou obvykle poskytovány za úplatu, jež může zahrnovat i věcné plnění). Tyto služby spočívají zejména v přípravě, umístění, propagaci, zveřejňování, doručování a šíření politických reklamních sdělení. Pravidla obsažená v tomto nařízení, která stanoví vysokou úroveň transparentnosti služeb politické reklamy, vycházejí z ustanovení článku 114 Smlouvy o fungování EU. Toto nařízení by mělo řešit rovněž používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení v souvislosti s propagací, zveřejňováním, doručováním nebo šířením politické reklamy, které jsou založeny na zpracování osobních údajů. Pravidla obsažená v tomto nařízení, která se týkají používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení, vycházejí z ustanovení článku 16 Smlouvy o fungování EU. Koncept politické reklamy určené jednotlivcům v členském státě by měl zahrnovat reklamu, kterou v plném rozsahu připravili, umístili, propagovali, zveřejnili, doručili nebo šířili poskytovatelé služeb usazení mimo Unii, ale která se zobrazuje jednotlivcům v Unii. Při určování toho, zda je politické reklamní sdělení zaměřeno na jednotlivce v členském státě, by měly být zohledněny faktory, které ji s tímto členským státem spojují, včetně jazyka, kontextu, cíle reklamního sdělení a způsobu jeho šíření.
- (17) Při uplatňování tohoto nařízení by se měla v souladu s právem Unie zohlednit specifika média pro zveřejňování nebo šíření politického reklamního sdělení, zejména za účelem přizpůsobení jeho modalit televizi, rozhlasu nebo novinám.

- (18) Mělo by se připomenout, že na přeshraniční poskytování služeb politické reklamy na vnitřním trhu se vztahuje zásada nediskriminace. Tato zásada zahrnuje mimo jiné to, že přístup příjemce ke službě, která je nabízena veřejnosti, nelze omezit pouze na základě státní příslušnosti příjemce nebo jeho místa bydliště či usazení. Poskytovatelé služeb politické reklamy by neměli diskriminovat zadavatele zákonně pobývajících nebo usazené v Unii z důvodu místa jejich bydliště nebo usazení, s výjimkou případů, kdy je rozdílné zacházení v souladu s právem Unie odůvodněné a přiměřené. Nediskriminační přístup k přeshraničním službám politické reklamy má zásadní význam pro příjemce těchto služeb, aby tak mohli využívat všech přínosů vnitřního trhu v tomto odvětví. Nediskriminační přístup k přeshraničním službám politické reklamy je důležitý především pro evropské politické strany, a to s ohledem na jejich úlohu při utváření evropského politického vědomí a při vyjadřování vůle občanů Unie, jak stanoví čl. 10 odst. 4 Smlouvy o EU a čl. 12 odst. 2 Listiny a jejich evropský právní status podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU, Euratom) č. 1141/2014⁶.

⁶ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU, Euratom) č. 1141/2014 ze dne 22. října 2014 o statusu a financování evropských politických stran a evropských politických nadací (Úř. věst. L 317, 4.11.2014, s. 1).

Nemělo by být dovoleno, aby poskytovatelé služeb politické reklamy neodůvodněně omezovali svobodu evropských politických stran využívat přeshraničních služeb politické reklamy, neboť takováto omezení ztěžují vedení účinných politických kampaní v celé Unii, a brání tak těmto stranám plnit úlohu, kterou jim svěřily Smlouvy. Poskytovatelé služeb politické reklamy by tudíž neměli pouze na základě místa usazení, včetně registrace, odmítat nebo omezovat poskytování svých služeb evropským politickým stranám ani snižovat atraktivitu těchto služeb, aniž by tím byla vyloučena možnost různého zacházení na základě opodstatněných objektivních důvodů. Obdobný přístup by se měl uplatňovat i vůči politickým skupinám v Evropském parlamentu, které byly vytvořeny v souladu s jeho jednacím řádem a jež plní své úkoly v rámci činností Unie. Doložka o nediskriminaci stanovená v tomto nařízení neurčuje ani žádným způsobem neovlivňuje právní status evropských politických stran nebo politických skupin v Evropském parlamentu, neboť se omezuje pouze na jejich postavení jakožto zadavatelů.

- (19) Je známo, že vměšování do voleb ze strany určitých subjektů ze třetích zemí nebo státních příslušníků třetích zemí, kteří mohou zadávat politickou reklamu v Unii, je závažnou hrozbou pro demokracii, která je společnou hodnotou Unie a jejíž ochrana má zásadní význam pro Unii a její členy. Některé členské státy již proto zavedly různá omezení týkající se financování souvisejícího s volbami ze strany subjektů nebo státních příslušníků ze třetích zemí nebo takováto omezení zvažují. Tato různorodá situace v oblasti regulačních podmínek, která se pravděpodobně dále zhorší v důsledku obecně napjaté mezinárodní situace, vytváří překážky pro poskytovatele služeb politické reklamy při fungování na trzích v různých členských státech. Tyto různorodé regulační podmínky by se tedy měly sblížit, aby tak vznikl společný minimální standard. Poskytovatelé služeb politické reklamy by během tří měsíců předcházejících volbám nebo referendu organizovaným na úrovni Unie nebo na národní, regionální či místní úrovni v jakémkoli členském státě měli mít povinnost poskytovat služby politické reklamy pouze občanům Unie, státním příslušníkům třetích zemí s trvalým pobytem v Unii, kteří mají volební právo v daných volbách nebo referendu, nebo právnickým osobám usazeným v Unii, které nejsou kontrolovány subjektem ze třetí země. Riziko vměšování do voleb a referend v různých státech i hodnocení míry tohoto rizika ze strany členských států se liší, a proto lze považovat za vhodné, aby v různých členských státech existovala přísnější vnitrostátní pravidla, která by zadávání reklamy ze strany subjektů nebo státních příslušníků ze třetích zemí omezovala po delší období. Minimální standard tří měsíců by proto neměl členským státům bránit v tom, aby v souladu s právem Unie stanovily přísnější vnitrostátní pravidla. Pokud jsou volby nebo referendum vyhlášeny méně než tři měsíce před datem jejich konání, nelze to chápat tak, že by tím vznikly povinnosti vztahující se na období před jejich vyhlášením.

- (20) S cílem bojovat proti manipulacím s informacemi a vměšování v politických reklamách se „online platformy“ vymezené v nařízení (EU) 2022/2065 vybízejí k tomu, aby vytvořily a prováděly individualizovaná vnitřní pravidla a další příslušná opatření, a to i prostřednictvím kodexu zásad boje proti dezinformacím, mimo jiné i tím, že se zapojí do širších iniciativ demonetizace dezinformací, aby se tak zabránilo tomu, že bude umístována politická reklama obsahující dezinformace.
- (21) Definice politické reklamy nebo politického reklamního sdělení na úrovni Unie v současné době neexistuje. Pro stanovení oblasti působnosti harmonizovaných povinností týkajících se transparentnosti a související náležitě péče a pravidel pro používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení je zapotřebí jednotná definice. Tato definice by měla zohledňovat skutečnost, že politická reklama může mít mnoho různých podob a může využívat jakékoliv prostředky a způsoby zveřejňování nebo šíření v Unii, bez ohledu na to, zda se zdroj nachází v Unii nebo ve třetí zemi.

- (22) Definice politické reklamy by měla zahrnovat reklamu připravenou, umístěnou, propagovanou, zveřejněnou, doručovanou nebo šířenou přímo nebo nepřímo politickým aktérem nebo připravenou, umístěnou, propagovanou, zveřejněnou, doručovanou nebo šířenou jakýmkoli způsobem přímo nebo nepřímo za politického aktéra nebo jeho jménem. Politická reklama je obvykle přímo nebo nepřímo pod kontrolou zadavatele, což by mohl být politický *aktér*, který by tedy zvláště mohl být schopen určit politickou povahu, obsah nebo zveřejnění politické reklamy, která je připravována, umístěována, propagována, zveřejňována, doručována nebo šířena. V některých případech může v konečném důsledku vykonávat kontrolu nad zadavatelem další subjekt. Určení toho, zda subjekt vykonává konečnou kontrolu nad zadavatelem, by se mělo zakládat na oprávněních, smlouvách a veškerých ostatních prostředcích, jejichž prostřednictvím, ať již samostatně nebo jejich kombinací, a se zohledněním skutkových okolností a právní úpravy, je dána možnost vykonávat rozhodující kontrolu nad subjektem, zejména prostřednictvím vlastnictví, práva využívat veškerý majetek subjektu nebo jeho část, nebo prostřednictvím oprávnění či smlouvy, jež poskytují rozhodující vliv na složení, hlasování a rozhodování orgánů subjektu. S cílem určit, zda je sdělení čistě soukromé nebo čistě obchodní povahy, by se měly vzít v úvahu všechny relevantní faktory, jako je jeho obsah, zadavatel sdělení, jazyk použitý k předání sdělení, kontext, v němž je sdělení předáváno, včetně období šíření, cíl sdělení a prostředky, jimiž je sdělení připravováno, umístěováno, propagováno, zveřejňováno, doručováno nebo šířeno, a cílová skupina. V případě sdělení týkajících se rodinné situace politického aktéra nebo jeho obchodní činnosti je pravděpodobné, že mají čistě soukromou nebo čistě obchodní povahu.

- (23) Za politickou reklamu by měla být rovněž považována propagace, zveřejňování, doručování nebo šíření sdělení ze strany jiných subjektů, které může ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, nebo chování při hlasování nebo legislativní nebo regulační proces na unijní, vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni, a je k tomuto cíli určeno. Legislativní nebo regulační proces by měl zahrnovat rozhodování se závaznými účinky s obecnou působností na unijní, vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni. Mezi sdělením a jeho potenciálem ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní nebo regulační proces by měla existovat jasná a výrazná vazba. S cílem určit, zda taková vazba existuje, by se měly zohlednit všechny faktory, které jsou důležité v době, kdy je sdělení propagováno, zveřejněno, doručováno nebo šířeno, jako je totožnost zadavatele sdělení, forma a obsah sdělení, mluvený nebo psaný jazyk použitý k jeho předání, kontext, v němž je sdělení předáno, včetně období šíření, jako je např. období voleb, cíl sdělení a prostředky, jimiž je sdělení propagováno, zveřejněno, doručováno nebo šířeno a cílová skupina příjemců. Jazykem by měl být chápán každý jazyk používaný v Unii, včetně regionálních dialektů a znakového jazyka, použití veškerých prostředků komunikace nebo kódování, jako je Braillovo písmo nebo jiné prostředky. U těchto faktorů by měl být záměr evidentní a vazba by neměla být odvozována pouze až zpětně z dopadu sdělení.

- (24) Politická reklama zahrnuje situaci, kdy příprava, umístění, propagace, zveřejnění, doručování nebo šíření sdělení, které může mít nebo má za cíl ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní nebo regulační proces, je prováděno subjektem, který jedná sám za sebe (interní činnosti). Interní činnosti, které by měly být považovány za relevantní pouze v souvislosti s kapitolou III tohoto nařízení, by se měly chápat jako činnosti prováděné v rámci subjektu, jež spočívají v přípravě, umístění, propagaci, zveřejňování, doručování nebo šíření sdělení, jež může mít nebo má za cíl ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní nebo regulační proces, a to jakýmkoli prostředky.
- (25) Obchodní reklama a marketingové praktiky mohou legitimně ovlivnit vnímání výrobků a služeb ze strany spotřebitelů nebo jejich nákupní chování, a to i prostřednictvím úsilí o odlišení značky na základě opatření společnosti v oblasti sociální odpovědnosti podniků, dosahování sociálního dopadu nebo jakýchkoli jiných cílených závazků. Toto nařízení by se mělo vztahovat na obchodní reklamu, která může a má za cíl ovlivnit výsledek volby nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní či regulační proces.
- (26) Komise by měla vypracovat společné pokyny za účelem účinného uplatňování tohoto nařízení, a zejména s cílem podpořit zadavatele reklamy nebo poskytovatele služeb jednající jménem zadavatelů, kteří činí prohlášení, že se jedná o politické reklamní sdělení, a reklamní sdělení za politické označují, jakož i s cílem podpořit poskytovatele služeb politické reklamy, pokud jde o pomoc s těmito prohlášeními a jejich náležitou správou.

- (27) V zájmu účinné komunikace s širokou veřejností by veřejná sdělení ze strany jakéhokoli orgánu veřejné moci členského státu nebo Unie nebo sdělení prováděná za něj nebo jeho jménem, včetně členů vlády, např. tiskové zprávy nebo konference oznamující legislativní nebo regulační iniciativy a vysvětlující politická rozhodnutí, na nichž jsou iniciativy založeny, neměla být považována za politickou reklamu za předpokladu, že nemohou nebo nemají za cíl ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní nebo regulační proces. Obdobně by ani praktické informace z oficiálních zdrojů členských států nebo Unie, jež se týkají výhradně organizace a způsobu účasti ve volbách nebo referendech, včetně oznámení kandidatur nebo otázek položených v referendu, neměly být považovány za politickou reklamu.
- (28) Toto nařízení by se nemělo použít v případech, kdy je pro prezentaci kandidátů zákonem výslovně stanoven a bezplatně přidělen určitý veřejný prostor, například přidělením prostranství v obcích a jiných veřejných prostorech nebo přidělením určitého vysílacího času v televizi, a to pokud se tak děje spravedlivým a nediskriminačním způsobem na základě transparentních a objektivních kritérií.

- (29) Média přispívají k řádnému fungování demokratických procesů a plní zásadní úlohu v oblasti svobody projevu a informací, zejména v období bezprostředně před volbami. Poskytují prostor pro veřejnou diskusi a přispívají k utváření veřejného mínění. Tímto nařízením by proto neměla být dotčena redakční svoboda médií. Na politické názory vyjádřené v jakémkoli médiu, jenž podléhá redakční odpovědnosti, by se nemělo vztahovat, a to v případě, že za tyto názory nebo v souvislosti s jejich přípravou, umístěním, propagací, zveřejňováním, doručováním nebo šířením nebyla třetí stranou poskytnuta zvláštní platba nebo jiná odměna. Avšak takovéto politické názory mohou být považovány za politickou reklamu, pokud jsou následně propagovány, zveřejňovány nebo šířeny poskytovatelem služeb politické reklamy.
- (30) Politické názory, které osoba vyjadřuje sama za sebe, představují konkrétní projev práva na svobodu vyjádření a informací. Nejedná se o politickou reklamu a je třeba, aby toto rozlišení bylo jasné. V zájmu tohoto rozlišení by se toto nařízení nemělo vztahovat na politické názory, které osoba vyjadřuje sama za sebe. Určení toho, zda se jedná o politické názory, které osoba vyjadřuje za sebe, by mělo zpravidla vyplývat z individuálního sebeurčení, nicméně lze zohlednit i související faktory. Mezi relevantní faktory by mohlo patřit to, zda byl názor vyjádřen jménem jiného subjektu, zda je účelem sdělení sebepropagace jakožto kandidáta nebo kampaň ve volbách, referendu nebo legislativním či regulačním procesu, zda bylo vyjádřeno jednotlivcem, který je obecně aktivní při kampaních nebo jenž vyvíjí aktivity za účelem změn v oblasti politických nebo společenských otázek, a zda bylo sdělení šířeno neurčitému počtu osob. Politický názor by neměl být považován za názor, který osoba vyjadřuje sama za sebe, pokud byla za vyjádření tohoto názoru nebo v souvislosti s ním třetí stranou poskytnuta zvláštní odměna, včetně věcného plnění.

- (31) Pro účely tohoto nařízení by volbami měly být rozuměny volby do Evropského parlamentu, všechny volby nebo referenda pořádané na vnitrostátní, regionální a místní úrovni v členských státech a volby do vedení politických stran. Neměly by zahrnovat jiné typy voleb, jako jsou například profesní nebo soukromě organizovaná hlasování.
- (32) Politické reklamní sdělení je nutné vymezit jako akt politické reklamy. Reklamní sdělení zahrnují prostředky, kterými se reklamní komunikace předává, včetně tisku, vysílání, internetových stránek, vyhledávačů a streamovacích medií nebo prostřednictvím služeb online platformy.
- (33) Definice politických aktérů by měla odkazovat na pojmy vymezené v právu Unie a ve vnitrostátním právu v souladu s mezinárodními právními nástroji, jako jsou nástroje Rady Evropy. Koncept politických aktérů by měl zahrnovat přidružené a dceřiné subjekty politické strany, s právní subjektivitou nebo bez ní, založené, aby tuto stranu podpořily nebo sledovaly její cíle, například jednáním s určitou skupinou voličů nebo za účelem konkrétních voleb.
- (34) Tato definice politických aktérů by měla rovněž zahrnovat kandidáty na jakékoli volené funkce nebo osoby tyto funkce vykonávající a členy vlád členských států na vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni nebo orgánů Unie, s výjimkou Soudního dvora Evropské unie, Evropské centrální banky a Účetního dvora.

- (35) Definice politické reklamní kampaně by měla odkazovat na přípravu, umístění, propagaci, zveřejňování, doručování nebo šíření řady souvisejících politických reklamních sdělení v rámci zakázky na politickou reklamu na základě jednotné přípravy, zadání nebo financování.
- (36) Definice politické reklamy by neměla mít vliv na vnitrostátní definice politické strany, politických cílů nebo politické kampaně, ani měnit pravidla pro vedení politických kampaní na vnitrostátní úrovni nebo do nich zasahovat.
- (37) Definice politického aktéra by neměla mít vliv na vnitrostátní pravidla týkající se toho, kdo může vést politickou kampaň, a neměla by členským státům ukládat povinnost takováto pravidla přijmout.
- (38) Za účelem pokrytí široké škály příslušných poskytovatelů služeb spojených se službami politické reklamy by měl být pojem poskytovatelé služeb politické reklamy chápán tak, že zahrnuje poskytovatele podílející se na přípravě, umístění, propagaci, zveřejňování, doručování nebo šíření politických reklamních sdělení. Poskytovatelé služeb politické reklamy mohou například jednat jménem zadavatelů tím, že iniciují jejich jménem politické reklamní služby.
- (39) Definice poskytovatelů služeb politické reklamy by neměla zahrnovat poskytovatele, kteří ve vztahu ke službám politické reklamy poskytují čistě doplňkové služby. Doplňkové služby jsou služby, které jsou poskytovány nad rámec politické reklamy a doplňují ji, avšak nemají přímý vliv na její obsah nebo prezentaci ani přímo nekontrolují její přípravu, umístění, propagaci, zveřejňování, doručování nebo šíření. Tyto služby mohou zahrnovat dopravu, financování a investice, nákup, prodej, stravování, marketing, počítačové služby, úklid, údržbu, poštovní služby, tiskařské služby a grafický, zvukový nebo fotografický design.

- (40) Zadavatel by měl být vymezen jako osoba nebo subjekt, jejichž jménem je politické reklamní sdělení připravováno, umístováno, propagováno, zveřejňováno, doručováno nebo šířeno, například jednotlivý kandidát ve volbách nebo politická strana, a který je zpravidla osobou nebo subjektem, který za služby politické reklamy poskytuje odměnu.
- (41) Vydavatelé politické reklamy by měli být vymezeni jako poskytovatelé služeb politické reklamy, obvykle na konci řetězce poskytovatelů služeb, kteří zveřejňují, doručují nebo šíří politickou reklamu prostřednictvím vysílání, zpřístupňují ji na rozhraní nebo ji jinak předávají veřejnosti.
- (42) Poskytovatelé služeb politické reklamy mají povinnosti, které slouží k dosažení cílů tohoto nařízení. Určení poskytovatelé služeb politické reklamy politickou reklamu vysílají, zpřístupňují ji pomocí rozhraní nebo ji jiným způsobem předávají veřejnosti a díky této úloze mohou zajistit, aby tyto činnosti probíhaly v souladu s tímto nařízením a byla zajištěna vysoká úroveň transparentnosti. Tito poskytovatelé služeb by proto měli mít zvláštní povinnosti jakožto vydavatelé politické reklamy a je nezbytné, aby za vydavatele byli označeni.
- (43) Zadavatel by měl pravdivě prohlásit, zda dotčená reklama představuje politickou reklamu, jak ji vymezuje toto nařízení, a v posledních třech měsících předcházejících volbám nebo referendu organizovanému na úrovni Unie nebo na celostátní, regionální nebo místní úrovni to, zda může jednat jako zadavatel podle tohoto nařízení. Zadavatel by měl za pravdivost těchto prohlášení nést odpovědnost. Nadto, jakmile je reklama označena za politickou reklamu, mělo by být i její další šíření v souladu s požadavky na transparentnost a související náležitou péčí.

- (44) Vzhledem k tomu, jak důležité je zaručit zejména účinnost požadavků na transparentnost a související náležitou péči, by smluvní ujednání uzavřená za účelem poskytování služeb politické reklamy měla zaručit, aby informace, které poskytovatelé služeb politické reklamy potřebují k tomu, aby dodrželi ustanovení tohoto nařízení, byly předávány v dobré víře a úplným a přesným způsobem, jakož i bez zbytečných prodlev. V případě, že jsou prohlášení nebo informace neúplné, neaktuální nebo chybné, by toto nařízení mělo stanovit doplnění, aktualizaci nebo opravu takovýchto prohlášení či informací. Z výše uvedeného by neměla vyplývat obecná povinnost poskytovatele služeb politické reklamy sledovat pravdivost prohlášení o politické povaze reklamního sdělení nebo provádět nepřiměřená či nákladná zjišťování faktů. S cílem podpořit účinné provádění požadavku na doplnění, aktualizaci nebo opravu takového prohlášení nebo informace, by poskytovatelé služeb politické reklamy měli upravit svá online rozhraní k usnadnění dodržování těchto povinností.
- (45) Poskytovatelé služeb politické reklamy by prohlášení nebo informace měli považovat za zjevně chybné, pokud je to bez dalšího ověřování nebo zjišťování faktů zřejmé z obsahu reklamního sdělení, totožnosti zadavatele či z kontextu, v němž je příslušná služba poskytována.

- (46) Vydavatelé politické reklamy, kteří jsou rovněž velmi velkými online platformami a velmi velkými online vyhledávači vymezenými v nařízení (EU) 2022/2065, by měli pečlivě určovat, analyzovat a posuzovat veškerá systémová rizika, která jejich služby politické reklamy představují, v rámci posouzení rizik podle článku 34 uvedeného nařízení, a měli by k řešení těchto rizik zavést náležitá, přiměřená a účinná zmírňující opatření v souladu s článkem 35 uvedeného nařízení.
- (47) Pravidla transparentnosti a související náležité péče stanovená v tomto nařízení by se měla vztahovat pouze na služby politické reklamy, tj. na politickou reklamu, která je obvykle poskytována za úplat, která může zahrnovat i věcné plnění. Tato pravidla by se neměla vztahovat na obsah nahraný uživatelem online zprostředkovatelské služby, jako je online platforma, a šířený online zprostředkovatelskou službou bez odměny za umístění, zveřejnění, doručování nebo šíření konkrétní zprávy, ledaže by byl uživatel za politické reklamní sdělení odměněn třetí stranou.
- (48) Pravidla týkající se požadavků na transparentnost a související náležitou péči by se rovněž neměla vztahovat na sdílení informací prostřednictvím služeb elektronické komunikace, jako jsou elektronické zprávy nebo telefonní hovory, za podmínky, že se nejedná o poskytování služeb politické reklamy.

- (49) Svoboda projevu a informací, která je chráněna článkem 11 Listiny, zahrnuje právo jednotlivce zastávat politické názory, přijímat a rozšiřovat politické informace a sdílet politické myšlenky. Každé omezení této svobody musí být v souladu s článkem 52 Listiny. Tato svoboda může podléhat změnám a omezením, pokud jsou vyžadována a odůvodněna uplatňováním oprávněného veřejného zájmu a jsou v souladu s obecnými zásadami unijního práva, jako je proporcionalita a právní jistota. Tak je tomu i v případě, kdy jsou politické myšlenky sdělovány prostřednictvím poskytovatelů reklamních služeb. Svoboda projevu a informací je jedním ze základních kamenů živé demokratické diskuse.
- (50) Na základě tohoto nařízení by nemělo být možné od členských států vyžadovat, aby přijímaly opatření v rozporu se základními zásadami vztahujícími se ke svobodě projevu a informací, zejména ke svobodě tisku a svobodě projevu v jiných médiích, které vyplývají z ústavních tradic, nebo s pravidly určujícími práva a povinnosti tisku a jiných médií a procesní záruky pro ně, pokud se tato pravidla vztahují k určení nebo omezení odpovědnosti.

- (51) Pokud jde o zprostředkovatele online, nařízení (EU) 2022/2065 se vztahuje na politická reklamní sdělení zveřejněná nebo šířená internetovými zprostředkovateli prostřednictvím horizontálních pravidel platných pro všechny typy online reklamy, včetně komerčních a politických reklamních sdělení. Na základě definice politické reklamy stanovené v tomto nařízení je vhodné podrobněji vymezit požadavky na transparentnost stanovené pro vydavatele reklamy spadající do oblasti působnosti nařízení (EU) 2022/2065, zejména velmi velkých online platforem. To se týká zejména informací ohledně financování politických reklamních sdělení. Požadavky tohoto nařízení by nemělo být dotčeno nařízení (EU) 2022/2065.
- (52) Příprava, umístění, propagace, zveřejňování, doručování a šíření politických reklamních sdělení může zahrnovat komplexní řetězec poskytovatelů služeb politické reklamy. To může nastat zejména tehdy, když výběr reklamního obsahu, výběr kritérií cílení a výběr kritérií doručování, poskytování údajů použitých pro cílení a doručování reklamních sdělení, poskytování technik cílení a technik doručování reklamních sdělení a doručování reklamních sdělení a jejich šíření mohou řídit různí poskytovatelé služeb.

Mimoto mohou být zadavatelé také zapojeni do různých fází přípravy, umístění, propagace, zveřejňování, doručování a šíření politické reklamy. Obdobně, pro techniky cílení a techniky doručování reklamních sdělení může správce určit účel a prostředky zpracování údajů společně s dalšími správci nebo může údaje pro správce zpracovávat jiný subjekt. S ohledem na judikaturu Soudního dvora Evropské unie lze společnou správu stanovit také v případě, kdy má k dotčeným údajům přístup pouze jeden subjekt. Vzhledem k jejich rozdílným příspěvkům, konkrétně pokud jde o vymezení parametrů cílení, stanovení kategorií údajů a jejich zpracování při zobrazování reklamy, poskytovatelé služeb a zadavatelé často společně rozhodují o prostředcích a účelu zpracování osobních údajů v oblasti politické reklamy, a proto mohou být považováni za společné správce podle článku 26 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679⁷ a článku 28 nařízení Evropského parlamentu a rady (EU) 2018/1725⁸. Je proto nezbytné stanovit v tomto nařízení jasné rozdělení povinností různých subjektů.

⁷ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů) (Úř. věst. L 119, 4.5.2016, s. 1).

⁸ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1725 ze dne 23. října 2018 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů orgány, institucemi a jinými subjekty Unie a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení nařízení (ES) č. 45/2001 a rozhodnutí č. 1247/2002/ES (Text s významem pro EHP) (Úř. věst. L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (53) Pokud existuje uměle vytvořená obchodní nebo smluvní konstrukce spojená s rizikem obcházení povinností transparentnosti stanovených v tomto nařízení, měla by se tato povinnost vztahovat na subjekt nebo subjekty, které jsou faktickými poskytovateli daných reklamních služeb.
- (54) Při stanovování zvláštních požadavků by neměly být povinnosti stanovené v tomto nařízení chápány tak, že zprostředkujícím poskytovatelům služeb ukládají obecnou povinnost sledovat politický obsah sdílený fyzickými nebo právníckými osobami, ani tak, že zprostředkujícím poskytovatelům služeb ukládají obecnou povinnost přijímat proaktivní opatření ve vztahu k nezákonnému obsahu, který tyto poskytovatelé přenášejí nebo uchovávají.
- (55) S cílem podpořit dodržování požadavků tohoto nařízení, zejména požadavků týkajících se technik cílení a technik doručování reklamních sdělení v souvislosti s online politickou reklamou, se poskytovatelé zprostředkovatelských služeb vybízejí k tomu, aby usnadňovali identifikaci politické reklamy nahrané nebo šířené přímo uživateli prostřednictvím jejich online zprostředkovatelské služby. Poskytovatelé zprostředkovatelských služeb například mohou uživatelům poskytnout účinné mechanismy, s jejichž pomocí mohou poukázat na to, že reklamní sdělení je politické.

- (56) Transparentnost politické reklamy by měla jednotlivcům umožnit pochopit, že jsou vystaveni politickému reklamnímu sdělení. Vydavatelé politické reklamy by měli zajistit, že bude společně s každým politickým reklamním sdělením zveřejněno jasné sdělení v tom smyslu, že se jedná o politické reklamní sdělení, a další informace, jako je totožnost zadavatele, informace o tom, součástí které politické kampaně tato reklama je, a o tom, zda byly v jejím případě použity techniky cílení a techniky doručování reklamních sdělení. V případě potřeby by jméno zadavatele mohlo obsahovat politické logo. Vydavatelé politické reklamy by měli zajistit, aby politická reklamní sdělení, byla jako taková náležitě označena, a měli by využívat označování, které je účinné a zahrnuje předepsané informace, včetně jasného uvedení, kde lze nalézt oznámení o transparentnosti. Komisi by měly být svěřeny prováděcí pravomoci, aby mohla přijmout prováděcí akty stanovující formát a vzor označování a zajišťující to, aby bylo označování uzpůsobeno použitému médiu, to při zohlednění nejaktuálnějšího technologického vývoje a vývoje na trhu příslušného vědeckého výzkumu a osvědčených postupů.

- (57) Informace, které mají být poskytnuty v oznámení o transparentnosti, by měly rovněž obsahovat totožnost zadavatele a případně subjektu, který je konečnou ovládající osobou zadavatele, aby se tak podpořilo určování odpovědnosti v politickém procesu. Mělo by být jasné uvedeno místo usazení zadavatele a informace, zda je zadavatel fyzickou nebo právnickou osobou. V oznámení o transparentnosti by se neměly uvádět osobní údaje osob zapojených do politické reklamy, které nesouvisí se zadavatelem nebo jiným zúčastněným politickým aktérem. Oznámení o transparentnosti by mělo rovněž obsahovat informace o období šíření, o veškerých souvisejících volbách, o částce vynaložené na konkrétní reklamní sdělení a danou politickou reklamní kampaň a hodnotě jiných výhod, které zcela nebo z části představují odměnu za dané reklamní sdělení, o zdroji použitých finančních prostředků a o dalších informacích, aby bylo zajištěno spravedlivé šíření politické reklamy. Informace o zdroji použitých finančních prostředků se týkají například jejich veřejného nebo soukromého původu a toho, zda pocházejí z Unie nebo ze zemí mimo ni. Informace o souvisejících volbách nebo referendech by měly pokud možno obsahovat odkaz na informace z oficiálních zdrojů týkající se organizace a způsobu účasti nebo propagace účasti ve volbách nebo referendu. Pokud je politické reklamní sdělení opětovně zveřejněno poté, co bylo pozastaveno nebo ukončeno z důvodu porušení tohoto nařízení, měla by být tato skutečnost uvedena v oznámení o transparentnosti, aby se zajistila řádná informovanost jednotlivců. Oznámení o transparentnosti by mělo být k dispozici ihned, jakmile je reklamní sdělení zveřejněno nebo šířeno, a informace v něm obsažené by měly být průběžně aktualizovány. Mimoto by oznámení o transparentnosti mělo obsahovat informace o tom, jak oznámit politické reklamní sdělení v souladu s postupem stanoveným v tomto nařízení. Tímto požadavkem by neměla být dotčena ustanovení o oznamování stanovená v nařízení (EU) 2022/2065.

- (58) S cílem zajistit větší transparentnost politické reklamy je nezbytné shromažďovat informace o dosahu politické reklamy a zájmu jednotlivců o tuto reklamu a tyto informace předkládat v příslušném oznámení o transparentnosti. Dosah sdělení souvisí s údaji, které umožňují kvantifikovat zeměpisné rozložení a počet jednotlivců, kteří politickou reklamu zhlédli, obdrželi nebo se s ní nějakým jiným způsobem setkali, a to včetně počtu zhlédnutí, zobrazení a kliknutí. Projev zájmu o sdělení souvisí s údaji, které umožňují kvantifikovat interakce jednotlivců ve vztahu k online politické reklamě, které lze měřit různými způsoby, včetně doby interakce s daným politickým reklamním sdělením. Kvantifikaci dosahu a zájmu by měly řešit příslušné standardy pro přípravu označování a oznámení o transparentnosti u politických reklamních sdělení.
- (59) Předkládání informací v oznámení o transparentnosti se může lišit v závislosti na použitých prostředcích. S cílem snadno dohledat informace v oznámení o transparentnosti v offline reklamních sděleních by se mohlo využít například vyhrazeného odkazu na internetovou stránku, kódu rychlé odezvy (kód QR) nebo rovnocenných uživatelsky přívětivých technických opatření. Požadavek, aby informace o oznámení o transparentnosti byly mimo jiné jasné viditelné, by měl zahrnovat požadavek, aby informace o oznámení o transparentnosti byly v reklamním sdělení vyznačeny výrazným způsobem nebo k němu byly připojeny. Požadavek, aby informace zveřejněné v oznámení o transparentnosti byly snadno přístupné, strojově čitelné, pokud je to technicky možné, a uživatelsky přívětivé, by měl zahrnovat zohlednění potřeb osob se zdravotním postižením při dodržování platných požadavků na přístupnost, mimo jiné, pokud je to technicky možné, zpřístupněním informací prostřednictvím více než jednoho kanálu smyslového vnímání. Aby se umožnilo zohlednění nejaktuálnějšího technologického a vývoje na trhu, příslušného vědeckého výzkumu a osvědčených postupů a s cílem zajistit, aby byla oznámení o transparentnosti uzpůsobena použitému médiu, by Komisi měly být svěřeny prováděcí pravomoci, aby mohla přijmout prováděcí akty, v nichž stanoví jejich formát a poskytne technické specifikace.

- (60) Je nezbytné, aby v případě, kdy je politická reklama zpřístupňována elektronicky, a to i prostřednictvím některého z online médií, byla oznámení o transparentnosti dostupná rovněž v elektronické podobě a strojově čitelném formátu. V případě politické reklamy, která je dostupná pouze pomocí offline média, jako jsou například tištěné letáky nebo noviny, je možné, aby byla tato reklama doprovázena oznámeními o transparentnosti, která jsou rovněž dostupná pouze prostřednictvím offline média, a to i například ve stejném tištěném letáku nebo novinách. Nicméně pokud je politická reklama dostupná prostřednictvím offline média a oznámení o transparentnosti je zpřístupněno v elektronické formě, mělo by být toto oznámení rovněž ve strojově čitelném formátu.
- (61) Informace lze považovat za strojově čitelné v případě, že jsou poskytnuty ve formátu, který mohou softwarové aplikace automaticky zpracovat, aniž by bylo třeba lidského zásahu, a to zejména za účelem toho, aby mohly být specifické údaje uvedené v tomto oznámení identifikovány, rozpoznány a extrahovány.
- (62) Oznámení o transparentnosti by měla být navržena tak, aby zvyšovala informovanost uživatelů a pomáhala jasně identifikovat politické reklamní sdělení. Měla by být navržena tak, aby zůstala umístěna nebo dostupná v případě, že se politické reklamní sdělení dále šíří, například tím, že je zveřejněno na jiné platformě nebo si jej vzájemně předávají fyzické osoby. Informace obsažené v oznámení o transparentnosti by měly být zveřejněny při zahájení zveřejňování politického reklamního sdělení a měly by být veřejné až do konce jeho zveřejňování. Vydavatelé politické reklamy by měli svá oznámení o transparentnosti spolu s případnými změnami uchovávat a na žádost je zpřístupňovat po dobu sedmi let od posledního zveřejnění.

- (63) Vzhledem k tomu, že vydavatelé politické reklamy politická reklamní sdělení zpřístupňují veřejnosti, měli by informace obsažené v oznámení o transparentnosti zveřejnit nebo šířit směrem k veřejnosti současně se zveřejněním nebo šířením politického reklamního sdělení. Pokud vydavatel politické reklamy jakýmkoli způsobem zjistí, že politické reklamní sdělení nesplňuje požadavky na transparentnost podle tohoto nařízení, například na základě individuálního oznámení, měl by vynaložit maximální úsilí o to, aby byly informace požadované podle tohoto nařízení doplněny nebo opraveny. Nelze-li informace doplnit nebo opravit bez zbytečného odkladu, neměli by vydavatelé politické reklamy politické reklamní sdělení, které nesplňuje požadavky na transparentnost podle tohoto nařízení zpřístupnit nebo by měli jeho zveřejňování či šíření ukončit. Vydavatelé politické reklamy by měli v takových případech dotčené poskytovatele služeb politické reklamy a případně zadavatele informovat o přiměřených krocích, které podnikli k tomu, aby byly požadavky podle tohoto nařízení splněny. O veškerých rozhodnutích přijatých v této souvislosti by měl vydavatel informovat zadavatele nebo příslušného poskytovatele služeb jednajícího jménem zadavatele.

- (64) Aby se zajistilo zveřejňování informací o online politické reklamě, které jsou požadovány podle tohoto nařízení, a byl zaručen přístup všem zainteresovaným jednotlivcům, je nezbytné, aby Komise zřídila veřejný archiv všech online politických reklamních sdělení, tedy evropský archiv pro online politická reklamní sdělení, a zajistila jeho správu, ať už přímo nebo prostřednictvím přenesení této povinnosti na řídicí orgán. Jakékoli zmocnění řídicího orgánu podléhá příslušným regulačním úpravám. S cílem zajistit přístup jednotlivců k informacím, a to i za účelem usnadnění práce zainteresovaných aktérů, jako jsou výzkumní pracovníci v rámci své zvláštní úlohy, a podpořit svobodné a spravedlivé volby a referenda a spravedlivé volební kampaně, mimo jiné prostřednictvím kontrol zadavatelů politických reklamních sdělení a analýz prostředí politických reklamních sdělení, by tento archiv měl po stanovenou dobu prostřednictvím jednotného portálu poskytovat funkcionalitu umožňující přístup k online politické reklamě, jakož i k informacím požadovaným podle tohoto nařízení. Aby se poskytla podpora vydavatelům politické reklamy, kteří nejsou velmi velkými online platformami nebo velmi velkými internetovými vyhledávači ve smyslu nařízení (EU) 2022/2065, měl by archiv zahrnovat hostingovou službu, která zajistí, aby online politické reklamy a informace, které byly zveřejněny společně s nimi, a která bude k dispozici bezplatně. Tito vydavatelé politické reklamy by měli zpřístupnit veškeré nezbytné informace ve stanovené lhůtě.

Vydavatelé politické reklamy a zadavatelé by měli za online politická reklamní sdělení a další informace zpřístupněné prostřednictvím evropského archivu online politických reklamních sdělení nadále nést odpovědnost, a to i pokud jde o jejich úplnost a správnost a zajištění jejich aktualizace. S cílem zajistit účinné fungování evropského archivu online politických reklamních sdělení by na Komisi měly být přeneseny prováděcí pravomoci k přijetí prováděcích aktů, v nichž stanoví podrobné podmínky fungování tohoto archivu. Tyto prováděcí akty by se měly mimo jiné týkat společné struktury údajů a aplikačního programového rozhraní, aby se umožnil přenos potřebných informací a jejich vyhledávání v archivu, metadat, aby se usnadnila indexace politických reklamních sdělení internetovými vyhledávači a jejich začlenění do archivu, a řešení v oblasti standardizované autentizace, aby informace související s transparentností mohly být propojeny s příslušným politickým reklamním sdělením a bylo provedeno ověření verzí daných informací.

- (65) Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli při plnění povinností podle tohoto nařízení náležitě zohledňovat základní a další práva a oprávněné zájmy. Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli zejména náležitě zohledňovat svobodu projevu a informací, a to i svobodu a pluralitu médií.

- (66) Vydavatelé politické reklamy, kteří jsou velmi velkými online platformami nebo velmi velkými internetovými vyhledávači ve smyslu nařízení (EU) 2022/2065, by měli zajistit, aby pro každé politické reklamní sdělení byly informace uvedené v oznámení o transparentnosti k dispozici v archivech reklamy podle článku 39 uvedeného nařízení a aby byly zpřístupněny prostřednictvím evropského archivu online politických reklamních sdělení. Tyto informace by měly být k dispozici od okamžiku zveřejnění a měly by být aktualizovány a poskytovány podle dohodnuté odvětvové normy pro přístupnost, strukturu údajů a přístup k nim prostřednictvím společného aplikačního programového rozhraní.
- (67) Pokud je poskytovatel služby politické reklamy, který ve vztahu k obsahu politického reklamního sdělení poskytuje hostingové služby nebo obsah jinak uchovává a poskytuje, odlišným subjektem od poskytovatele služby politické reklamy, který spravuje internetové stránky nebo jiné rozhraní, kde je politické reklamní sdělení ve výsledku prezentováno, měli by být tito poskytovatelé považováni za vydavatele politické reklamy odpovědné ve vztahu ke konkrétní službě, kterou poskytují, za zajištění označení reklamy a dostupnost oznámení o transparentnosti a příslušných informací. Nastavení jejich smluv by mělo umožnit dodržování tohoto nařízení.

- (68) Informace o částkách a hodnotě jiných výhod, které zcela nebo z části představují odměnu za dané služby politické reklamy, mohou být užitečným příspěvkem k politické diskusi. Je nezbytné zajistit, aby z výročních zpráv vypracovaných příslušnými vydavateli politické reklamy bylo možné získat odpovídající přehled o činnosti v oblasti politické reklamy. Za účelem podpory dohledu a vyvozování odpovědnosti by tyto zprávy měly zahrnovat informace o výdajích na cílení nebo doručování politických reklamních sdělení v příslušném období, a to souhrnně podle kampaní a v příslušných případech včetně informací předaných vydavatelům politické reklamy jinými subjekty. Aby se zabránilo nepřiměřené zátěži, neměly by se tyto povinnosti týkající se podávání zpráv o transparentnosti vztahovat na mikropodniky a malé nebo střední podniky, které splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU.

- (69) Vydavatelé politické reklamy poskytující služby politické reklamy by měli zavést mechanismy, které fyzickým nebo právnickým osobám umožní, aby těmto vydavatelům nahlásili, že určité politické reklamní sdělení, které zveřejnili, je v rozporu s tímto nařízením. V tomto ohledu hrají klíčovou úlohu organizace občanské společnosti, lidskoprávní organizace a organizace dohlížející na dodržování demokratických principů, novináři a jiné zainteresované subjekty. Mechanismy hlášení těchto reklamních sdělení by měly být snadno přístupné a použitelné a měly by být přizpůsobeny formě reklamy šířené vydavatelem politické reklamy. Tyto mechanismy by měly být pokud možno přístupné ze samotného reklamního sdělení, například na internetových stránkách vydavatele politické reklamy. Vydavatelé politické reklamy by měli zavést technická opatření k zajištění minimálních bezpečnostních standardů informačních technologií, včetně opatření na zabránění automatizovaným oznámením. Vydavatelé politické reklamy by měli mít možnost ve vhodných případech vycházet ze stávajících mechanismů. Například jsou-li vydavatelé politické reklamy v souvislosti s politickými reklamními sděleními hostovanými na žádost příjemců jejich služeb poskytovateli online hostingových služeb ve smyslu nařízení (EU) 2022/2065, měli by mít v případě oznámení týkajících se rozporu takových reklamních sdělení s tímto nařízením možnost opírat se o mechanismy oznamování a přijímání opatření podle uvedeného nařízení. Nejsou-li tyto mechanismy k dispozici, měli by mít jednotlivci možnost ohlásit takové politické reklamní sdělení přímo příslušným orgánům.

- (70) V zájmu jednotného uplatňování mechanismů umožňujících oznamování potenciálně nevyhovující politické reklamy by Komise měla vypracovat pokyny, a to zejména na podporu přípravy vhodných technických specifikací pro takové mechanismy, které budou přizpůsobeny audiovizuálnímu odvětví, tištěným sdělovacím prostředkům a online a offline reklamě.
- (71) Vydavatelé politické reklamy by měli přezkoumat a zabývat se oznámeními obdrženými podle tohoto nařízení s náležitou péčí, objektivně a nikoli svévolně, jak je uvedeno v tomto nařízení. Vydavatel politické reklamy by měl potvrdit obdržení oznámení a náležitě informovat fyzickou nebo právnickou osobu, které podaly oznámení, o opatřeních přijatých v návaznosti na oznámení a poskytnout informace o možnostech nápravy, a to případně i podle směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2020/1828⁹, v souvislosti s reklamním sdělením, jehož se oznámení týká. Vydavatel politické reklamy by měl o všech relevantních opatřeních, která v návaznosti na tato oznámení přijímá, informovat rovněž zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy, aby zajistil, že příslušní zadavatelé a poskytovatelé služeb politické reklamy si budou vědomi dopadu oznámení. S cílem zajistit účinné fungování těchto mechanismů v posledním měsíci před volbami nebo referendem, což je obzvláště citlivé období, by vydavatelé politické reklamy, kteří nesplňují podmínky pro mikropodniky ani malé nebo střední podniky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU, měli obdržená oznámení o reklamním sdělení spojeném s těmito volbami nebo referendem zpracovat do 48 hodin, pokud lze oznámení kompletně zpracovat na základě informací v nich uvedených.

⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2020/1828 ze dne 25. listopadu 2020 o zástupných žalobách na ochranu kolektivních zájmů spotřebitelů a o zrušení směrnice 2009/22/ES (Úř. věst. L 409, 4.12.2020, s. 1).

- (72) Veškeré úkony vydavatele politické reklamy by měly být cíleně zaměřené v tom smyslu, že by měly sloužit především k opravě nebo k doplnění požadovaných informací a pouze v krajním případě vést k odstranění konkrétních informací, které nejsou v souladu s požadavky tohoto nařízení. Vydavatelé politické reklamy by přitom měli náležitě zohledňovat svobodu projevu a informací a další základní práva.
- (73) Aby mohly určité subjekty plnit v demokracii svou úlohu, je vhodné stanovit pravidla pro předávání informací zveřejněných spolu s politickým reklamním sdělením nebo obsažených v oznámení o transparentnosti zúčastněným subjektům, jako jsou prověření výzkumní pracovníci, novináři, organizace občanské společnosti a uznání volební pozorovatelé, s cílem podpořit plnění jejich příslušných rolí v demokratickém procesu. Od poskytovatelů služeb politické reklamy by nemělo být požadováno, aby reagovali na žádosti, které jsou nejasné či nepřiměřené nebo se týkají informací, kterými daní poskytovatelé nedisponují. Dále by měl mít příslušný poskytovatel služeb politické reklamy možnost v případě značných nákladů požadovat úhradu přiměřeného poplatku zohledňujícího administrativní náklady spojené s poskytnutím požadovaných informací.

- (74) K cílení politických sdělení na skupiny nebo jednotlivé voliče či jednotlivce a ke zvýšení jejich dosahu se stále častěji používají osobní údaje získané přímo od jednotlivců nebo nepřímo, např. pozorované nebo odvozené údaje, kdy jsou jednotlivci zařazováni do skupin podle jejich předpokládaných zájmů nebo kdy jsou údaje získány na základě jejich chování online, behaviorálního profilování a dalších analytických technik. Na základě zpracování osobních údajů, zejména zvláštních kategorií osobních údajů podle nařízení (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725, lze segmentovat různé skupiny voličů nebo fyzických osob a zneužívat jejich vlastností nebo zranitelných míst, například šířením reklamních sdělení ve specifických okamžicích a na specifických místech způsobem, který využívá situace, kdy jsou voliči nebo fyzické osoby vnímaví k určitému druhu informací či sdělení. Takové zpracování osobních údajů má konkrétní a škodlivé dopady na základní práva a svobody jednotlivců, např. na právo na spravedlivé a rovné zacházení, právo nebýt manipulován a na svobodu získávat objektivní informace, utvářet si názory, činit politická rozhodnutí a vykonávat volební právo. Navíc to má negativní dopad na demokratický proces, jelikož to vede k roztržitésti veřejné diskuse o důležitých společenských otázkách, selektivnímu dosahu a v konečném důsledku k manipulaci voličů. Zvyšuje to rovněž riziko šíření manipulací s informacemi a zahraničního vměšování. Klamavá nebo skrytá politická reklama představuje riziko, protože ovlivňuje základní mechanismy, které umožňují fungování naší demokratické společnosti. Měla by být stanovena další omezení a podmínky nad rámec těch, jež jsou stanoveny v nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2018/1725. Požadavky na používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení zahrnujících zpracování osobních údajů v souvislosti s politickou reklamou stanovené v tomto nařízení by měly vycházet z článku 16 Smlouvy o fungování EU.

- (75) V souladu s právem Unie by měli správci vymezení v čl. 4 odst. 7 nařízení (EU) 2016/679 zajistit, aby individuální rozhodování nebylo ovlivněno klamavými prvky v uživatelském rozhraní, které podstatně narušují nebo omezují autonomní a informované rozhodování jednotlivců, a to záměrně nebo fakticky, včetně využívání předem zaškrtnutých políček a jiných zkreslujících a netransparentních metod, které jednotlivce vedou nebo přimějí k určitým rozhodnutím, jež by jinak možná neučinili. Systematické používání (klamavých prvků v uživatelském rozhraní), temných vzorců nejasné dohody o souhlasu, zavádějící informace a nedostatek času na přečtení smluvních podmínek jsou běžné postupy, které jednotlivcům ztěžují získání jasných informací a kontrolu v prostředí odvětví online reklamy. Pravidla k zamezení klamavým prvkům v uživatelském rozhraní by neměla být chápána tak, že budou správcům bránit v přímé interakci s jednotlivci. Správci by se však měli vyvarovat toho, aby opakovaně žádali, aby jednotlivce učinil výběr, pokud již byl takový výběr učiněn, aby odvolání souhlasu výrazně ztížili ve srovnání s jeho udělením, aby určité možnosti výběru učinili obtížnějšími či časově náročnějšími nebo aby používali výchozí nastavení, která je velmi obtížné změnit a která nepřiměřeně ovlivňují rozhodování jednotlivců způsobem, jenž narušuje a omezuje jejich autonomii, rozhodování a možnosti výběru. Mechanismus pro získávání rozhodnutí od jednotlivců by měl být jasný a snadno použitelný, přičemž způsob zdůrazňování jednotlivých alternativ by neměl mít za cíl ovlivnit rozhodování jednotlivce. Informace poskytované v tomto ohledu jednotlivcům by měly být stručné, měly by být napsány jasným a srozumitelným jazykem a měly by být snadno, zřetelně a přímo dostupné.

- (76) Vydavatelé politické reklamy, kteří jsou poskytovateli nebo uživateli technik doručování reklamních sdělení, by měli být vybízeni k poskytování řešení, která při doručování politických reklamních sdělení založeném na zpracování osobních údajů minimalizují možnost diskriminace.
- (77) Techniky cílení a techniky doručování reklamních sdělení, které zahrnují profilování za použití zvláštních kategorií osobních údajů uvedených v nařízení (EU) 2016/679 a v nařízení (EU) 2018/1725, by měly být v kontextu online politické reklamy zakázány. Pro použití těchto technik v kontextu online politické reklamy by Nemělo být možné využívat výjimek stanovených v čl. 9 odst. 2 nařízení (EU) 2016/679 a v čl. 10 odst. 2 nařízení (EU) 2018/1725. Použití technik cílení a technik doručování reklamních sdělení, které zahrnují zpracování jiných osobních údajů než zvláštních kategorií osobních údajů, by v kontextu online politické reklamy mělo být povoleno pouze tehdy, pokud je založeno na osobních údajích shromážděných od subjektů údajů s jejich výslovným souhlasem poskytnutým samostatně pro účely politické reklamy. Vzhledem k úloze politických stran, nadací, sdružení nebo jakýchkoli jiných neziskových subjektů v naší demokracii by tato omezení neměla mít vliv na jejich schopnost komunikovat se svými členy a bývalými členy a šířit informace, např. informační bulletiny, související s jejich politickou činností, pokud jsou založeny výhradně na údajích o předplatném a na osobních údajích, které poskytli. Na zpracování osobních údajů se vztahují nařízení (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725 a výslovný souhlas by měl být chápán jako souhlas ve smyslu těchto nařízení. Jestliže jsou techniky cílení a techniky doručování reklamních sdělení používány za podmínek stanovených v tomto nařízení, mohou být užitečné při šíření politické reklamy a informací a při oslovování a informování občanů.

- (78) Správci údajů by pro účely cílení nebo doručování politických reklamních sdělení neměli používat osobní údaje získané od třetích stran. Aby se zabránilo manipulativnímu mikrocílení, je nezbytné, aby poskytovatelé služeb politické reklamy přijali zvláštní opatření, kterými zajistí, že osobní údaje shromažďované a zpracovávající za účelem cílení a doručování politických reklamních sdělení, budou omezeny na to, co je v souvislosti s tímto účelem nezbytné, například tím, že omezí dostupnost možností cílení a doručování politické reklamy nabízených příjemcům služeb pouze na ty, které vyžadují kombinaci nejvýše pěti kategorií.
- (79) Požadavek, aby cílení nebo doručování politické reklamy nebylo založeno na profilování využívajícím zvláštní kategorie osobních údajů, se vztahuje rovněž na profilování pomocí zvláštních kategorií osobních údajů vyhodnocených z osobních údajů, které samy o sobě nejsou zvláštními kategoriemi osobních údajů. Tak tomu může být například tehdy, jestliže správce údajů používá osobní údaje, které nepatří do zvláštních kategorií osobních údajů, k tomu, aby kategorizoval subjekty údajů jako subjekty s určitým náboženským vyznáním nebo filozofickým či politickým přesvědčením, bez ohledu na to, zda je tato kategorizace pravdivá. V případě, že zpracování osobních údajů ukazuje na zvláštní kategorii osobních údajů, by nemělo být důležité, jak je tato kategorie označena. Pokud uživatel online sociální sítě navštíví určitou stránku nebo používá aplikaci či jinou online funkci nebo službu, k nimž se vztahuje jedna nebo více kategorií uvedených v čl. 9 odst. 1 nařízení (EU) 2016/679, a případně poskytne osobní údaje při registraci, zadání objednávky online nebo při jiné interakci se sociální sítí, mělo by být zpracování osobních údajů provozovatelem této online sociální sítě považováno za „zpracování zvláštních kategorií osobních údajů“ ve smyslu uvedeného článku, které je v zásadě zakázáno, jestliže toto zpracování údajů umožňuje odhalit informace patřící do jedné z těchto kategorií, a to bez ohledu na to, zda se tyto informace týkají uživatele této sociální sítě nebo jakékoli jiné fyzické osoby. Je tomu tak neohledně na skutečnost, zda byl subjekt údajů v okamžiku získávání údajů informován o záměru použít tyto údaje pro účely cílení nebo doručování politických reklamních sdělení.

- (80) Souhlas se zpracováním osobních údajů se uděluje a odvolává v souladu s nařízeními (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725. Tento souhlas by měl být udělen jasným potvrzením nebo prohlášením, které představuje svobodný, konkrétní, informovaný a jednoznačný projev souhlasu subjektu údajů se zpracováním osobních údajů pro účely politické reklamy. Kromě toho by souhlas pro účely tohoto nařízení měl být výslovný a pro účely politické reklamy by měl být udělen samostatně. Pro účely tohoto nařízení, zejména pokud je souhlas se zpracováním osobních údajů za účelem cílení nebo doručování politických reklamních sdělení získán při poskytování online služby, by správci měli souhlas získat tak, že subjektu údajů předloží uživatelsky vstřícné řešení, aby subjekt mohl souhlas výslovně, jasně a jednoduše poskytnout, změnit nebo odvolat. Správci by neměli rozhraní navrhovat, organizovat ani provozovat způsobem, který subjekt údajů klame nebo s ním manipuluje či jinak podstatně narušuje nebo omezuje jeho schopnost svobodně udělit souhlas pro tento konkrétní účel. Pro účely tohoto nařízení nelze požadavek na získání souhlasu se zpracováním osobních údajů obejít prohlášením, že příslušné osobní údaje byly zpřístupněny veřejnosti subjektem údajů. Odvolání souhlasu se zpracováním osobních údajů za účelem cílení nebo doručování politických reklamních sdělení by mělo být stejně snadné jako jeho udělení. Odmítnutí souhlasu nebo jeho odvolání by pro subjekt údajů nemělo být obtížnější nebo časově náročnější než jeho udělení. Měly by být respektovány elektronické signály, kterými jednotlivec vyjadřuje, že si nepřeje dostávat politickou reklamu.

- (81) S ohledem na rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 4. července 2023 ve věci C-252/21¹⁰, Meta Platforms a další (Všeobecné podmínky používání sociální sítě), by subjekty údajů měly mít v souvislosti s politickou reklamou možnost odmítnout udělení souhlasu s konkrétními operacemi zpracování údajů, aniž by musely zcela ztratit přístup k online službě. Podle rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie by těmto uživatelům měla být nabídnuta rovnocenná alternativa, při níž by takové operace zpracování údajů nebyly prováděny.
- (82) Velmi mladí lidé představují obzvláště zranitelnou skupinou, kterou lze zneužíváním technik cílení a technik doručování reklamních sdělení poškodit. I když tyto osoby ještě nemají právo volit, reklama může být cílena konkrétně na ně za účelem zmanipulování politické debaty. Techniky cílení nebo techniky doručování reklamních sdělení, které zahrnují zpracování osobních údajů subjektu, o němž je s přiměřenou jistotou známo, že je alespoň o jeden rok mladší, než jaký je volební věk stanovený příslušnými vnitrostátními předpisy, by proto měly být v souvislosti s politickou reklamou zakázány.
- (83) Za účelem zajištění vyšší transparentnosti a vyvozování odpovědnosti při používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení v souvislosti s online politickou reklamou zahrnujících zpracování osobních údajů by správci měli zavést další požadavky na transparentnost. Tyto požadavky by měly mimo jiné zahrnovat přijetí zásad, které popíší používání těchto technik a hlavních parametry, vedení záznamů o jejich používání, provádění každoročního posouzení rizik, kterými tyto techniky mohou ohrozit základní práva a svobody, a poskytování dalších informací nezbytných k tomu, aby příslušná fyzická osoba porozuměla použitému postupu, spolu s uvedením, že reklamní sdělení je politickým reklamním sdělením.

¹⁰ Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 4. července 2023, Meta Platforms a další (Všeobecné podmínky používání sociální sítě), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) Požadavky na transparentnost a odpovědnost by se měly vztahovat na všechny správce bez ohledu na to, zda správce jedná sám za sebe, společně s poskytovatelem služeb politické reklamy, nebo zda je současně rovněž vydavatelem politické reklamy. V případech, kdy je správcem jiný subjekt než vydavatel politické reklamy, by měl vydavateli politické reklamy předat interní zásady a zajistit, aby byly vydavateli politické reklamy včas a přesně sděleny další informace nezbytné k zajištění souladu s tímto nařízením.
- (85) Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli předávat vydavatelům politické reklamy informace, které jsou nezbytné k splnění jejich povinností podle tohoto nařízení. Předávání těchto informací může být automatizováno a začleněno do běžných obchodních procesů na základě standardů.
- (86) Za účelem dalšího posílení práv fyzických osob na ochranu údajů by vydavatelé politické reklamy měli poskytnout dotčeným subjektům údajů další informace a účinné nástroje na podporu výkonu jejich práv podle právního rámce Unie pro ochranu údajů, včetně práva na změnu jejich osobních údajů nebo na odvolání souhlasu, pokud je na ně cíleno politické reklamní sdělení. Tyto informace by rovněž měly být snadno přístupné přímo z oznámení o transparentnosti. Nástroje poskytnuté fyzickým osobám na podporu výkonu jejich práv by měly být účinné, aby zabránily cílení politických reklamních sdělení na fyzické osoby, jakož i cílení na základě konkrétních kritérií ze strany jednoho nebo několika konkrétních správců.

- (87) Informace, které mají být poskytnuty v souladu se všemi požadavky vztahujícími se na používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení podle tohoto nařízení, by měly být předkládány ve formátu, který je snadno přístupný, kompletní, jasně viditelný a uživatelsky přívětivý, včetně použití srozumitelných formulací, a který je přístupný pro osoby se zdravotním postižením.
- (88) Je vhodné stanovit pravidla pro předávání informací o cílení a doručování reklamních sdělení dalším zúčastněným subjektům. Tento režim by měl být v souladu s režimem pro předávání informací souvisejících s požadavky na transparentnost.
- (89) Poskytovatelé služeb politické reklamy usazení ve třetí zemi, kteří nabízejí služby v Unii, by měli určit pověřeného právního zástupce v Unii, registrovaného u příslušného orgánu určeného jednotlivými členskými státy, aby byl ve vztahu k nim umožněn účinný dohled nad tímto nařízením. Právním zástupcem může být zástupce jmenovaný na základě článku 27 nařízení (EU) 2016/679 nebo právní zástupce ustanovený na základě článku 13 nařízení (EU) 2022/2065. Členské státy by měly vést veřejně přístupný rejstřík všech právních zástupců registrovaných na jejich území podle tohoto nařízení a Komise by měla zřídit a vést veřejně dostupný portál propojený s internetovými stránkami zajištěnými členskými státy. Vzhledem k významu tohoto požadavku pro účinné prosazování tohoto nařízení ve vztahu k poskytovatelům služeb politické reklamy usazeným ve třetí zemi, jakož i pro zachování rovných podmínek pro všechny poskytovatele služeb politické reklamy na vnitřním trhu, by členské státy měly v případě, že nebyl určen žádný právní zástupce, přijmout veškerá vhodná opatření k zajištění souladu s tímto nařízením, včetně ukončení zveřejňování nebo šíření příslušných politických reklamních sdělení, pokud soulad nelze jinak zajistit.

- (90) Pro účely účinného dohledu nad tímto nařízením je nezbytné svěřit orgánům dohledu pravomoc sledovat a vymáhat plnění příslušných pravidel a zajistit, aby měly zdroje potřebné k plnění svých úkolů podle tohoto nařízení. V závislosti na právním systému každého členského státu a v souladu se stávajícím právem Unie, včetně nařízení (EU) 2016/679 a (EU) 2022/2065, mohou být za tímto účelem pověřeny různé vnitrostátní soudní nebo správní orgány.
- (91) Pokud jde o dohled nad online zprostředkovatelskými službami podle tohoto nařízení, členské státy by měly za tímto účelem pověřit příslušné orgány a zajistit vzájemnou provázanost jejich dohledu s dohledovou činností příslušných orgánů určených podle článku 49 nařízení (EU) 2022/2065. Koordinátoři digitálních služeb určení podle uvedeného nařízení by měli v každém případě v každém členském státě odpovídat za zajištění koordinace těchto záležitostí na vnitrostátní úrovni a v případě potřeby navázat přeshraniční spolupráci s ostatními koordinátory digitálních služeb podle mechanismů stanovených v uvedeném nařízení. Při uplatňování tohoto nařízení by se tento mechanismus měl omezit na vnitrostátní spolupráci mezi koordinátory digitálních služeb a neměl by zahrnovat eskalaci na úroveň Unie, jak stanoví nařízení (EU) 2022/2065. V rozsahu, v jakém má Komise výlučnou pravomoc dohlížet na dodržování povinností velmi velkých online platforem a velmi velkých online vyhledávačů ve smyslu nařízení (EU) 2022/2065 stanovených v uvedeném nařízení a vymáhat dodržování těchto povinností, by měla posoudit, zda tyto subjekty dodržují své povinnosti týkající se evropského archivu online politických reklamních sdělení.

- (92) Pro dohled nad těmi aspekty tohoto nařízení, které nespádají do pravomoci dozorových orgánů podle nařízení (EU) 2016/679 (EU) a (EU) 2018/1725, by členské státy měly pověřit příslušné orgány dohledem nad příslušnými předpisy a vymáháním těchto předpisů. Pro podporu dodržování základních práv a svobod, zásad právního státu, demokratických zásad a důvěry veřejnosti v dohled nad politickou reklamou je nezbytné, aby tyto orgány byly nestranné, strukturálně nezávislé na vnějších zásadách nebo politických tlacích a měly odpovídající pravomoci účinně sledovat a přijímat opatření nezbytná k zajištění dodržování tohoto nařízení, zejména jeho požadavků na označování a transparentnost. Členské státy mohou zejména určit vnitrostátní regulační orgány nebo subjekty podle článku 30 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU¹¹, mohou však rovněž určit jiné orgány, jako například volební nebo soudní orgány.
- (93) S cílem podpořit dozorové orgány při plnění jejich úkolů by Komise měla požádat Evropský sbor pro ochranu údajů, aby vydal pokyny pro dozorové orgány uvedené v článku 51 nařízení (EU) 2016/679, které se budou týkat zpracování zvláštních kategorií osobních údajů za účelem cílení nebo doručování politických reklamních sdělení, jakož i podmínek pro získání souhlasu za účelem cílení nebo doručování politických reklamních sdělení a spolupráce mezi těmito orgány a jinými orgány odpovědnými za uplatňování a vymáhání požadavků stanovených v tomto nařízení.

¹¹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) (Úř. věst. L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (94) Nezávislé dozorové orgány podle nařízení (EU) 2016/679 by měly být podporovány v tom, aby plně využívaly svých pravomocí podle uvedeného nařízení k dohledu nad ochranou osobních údajů poskytovanou podle tohoto nařízení, a to i v rámci postupu spolupráce, mechanismu jednotnosti, a zejména postupu pro naléhavé případy. Při politických kampaních a při ovlivňování občanů při utváření politických názorů a uplatňování volebního práva je obzvláště důležité období před volbami nebo referendy. Toto období je rovněž obzvláště citlivé z hlediska porušování platných pravidel, protože z tohoto důvodu, aby byla nápravná opatření účinná, musí být obvykle zavedena před volbami. Z tohoto důvodu může mít porušení pravidel týkajících se zpracování osobních údajů za účelem cílení politické reklamy v tomto období obzvláště významný nepříznivý dopad na práva občanů, včetně svobody utvářet si názory bez nepatřičného ovlivňování a svobodu informací. V zájmu zajištění bezodkladných opatření na ochranu práv a svobod jednotlivců v kritickém období před hlasováním ve volbách by orgány pro ochranu údajů měly zajistit, že budou schopny rychle vymáhat práva daných subjektů údajů. Za tímto účelem by orgány pro ochranu údajů měly ke spolupráci a vzájemné pomoci využívat řadu nástrojů stanovených v nařízení (EU) 2016/679, včetně případného postupu pro naléhavé případy stanoveného v článku 66 uvedeného nařízení.
- (95) Příslušné orgány odpovědné za uplatňování tohoto nařízení se nesmí odchýlit od rozhodnutí dozorových orgánů odpovědných za uplatňování nařízení (EU) 2016/679 podle článku 51 uvedeného nařízení, mohou však být pro účely tohoto nařízení nuceny posoudit, zda je politická reklama v souladu s uvedeným nařízením. Podle čl. 4 odst. 3 Smlouvy o EU tyto příslušné orgány a dozorové orgány loajálně spolupracují a dodržují své příslušné pravomoci a kompetence, aby zajistily jednotné uplatňování obou nařízení.

- (96) Pokud již v právu Unie existují pravidla týkající se poskytování informací příslušným orgánům a spolupráce s těmito orgány a mezi nimi, jako jsou pravidla stanovená v článku 9 nařízení (EU) 2022/2065 nebo pravidla stanovená v nařízení (EU) 2016/679, měla by se tato pravidla obdobně použít na příslušná ustanovení tohoto nařízení.
- (97) Na podporu účinného uplatňování ustanovení tohoto nařízení, dohledu nad nimi a jejich vymáhání, a aniž jsou dotčena nařízení (EU) 2016/679, (EU) 2018/1725 a (EU) 2022/2065, je nezbytné stanovit, který příslušný orgán by měl být odpovědný v případě, že jsou služby politické reklamy poskytovány ve více než jednom členském státě, nebo pokud poskytovatel služeb politické reklamy vykonává své hlavní činnosti mimo členský stát, v němž se nachází jeho hlavní provozovna nebo určený právní zástupce. Za účinné uplatňování ustanovení tohoto nařízení, dohled nad nimi a jejich vymáhání by měl v případě, že poskytovatel služeb poskytuje služby politické reklamy ve více než jednom členském státě, obvykle odpovídat příslušný orgán nebo orgány členského státu, v němž se nachází hlavní provozovna tohoto poskytovatele služeb politické reklamy. Při určování místa, kde má poskytovatel služeb hlavní provozovnu, by příslušné orgány měly vzít v úvahu fakt, kde má tento poskytovatel ústředí nebo sídlo, v němž jsou vykonávány hlavní finanční funkce a provozní kontrola.
- (98) Příslušné orgány všech členských států by měly při výkonu pravomocí v oblasti dohledu a vymáhání spolupracovat a podle potřeby si vzájemně pomáhat. Pokud domnělé porušení tohoto nařízení vyžaduje zapojení pouze příslušného orgánu nebo orgánů státu, v němž poskytovatel služeb politické reklamy nemá hlavní provozovnu, měl by příslušný orgán nebo orgány vyrozumět orgán příslušný pro hlavní provozovnu a ten by pak měl záležitost odpovídajícím způsobem posoudit a případně přijmout nezbytná vyšetřovací a donucovací opatření.

- (99) |S cílem dále usnadnit účinné uplatňování a vymáhání tohoto nařízení v případě poskytování přeshraničních služeb by mělo být možné, aby orgán příslušný pro hlavní provozovnu v případě, kdy se vyšetřování údajného porušení tohoto nařízení týká poskytování služeb politické reklamy v jednom nebo více členských státech, v nichž poskytovatel nemá hlavní provozovnu, zahájil a vedl společné vyšetřování za účasti daného příslušného orgánu nebo daných příslušných orgánů.
- (100) Orgány příslušné pro dohled nad tímto nařízením by měly vzájemně spolupracovat na úrovni Unie i na vnitrostátní úrovni a co nejlépe využívat stávající struktury, případně včetně vnitrostátních sítí pro spolupráci, Evropské sítě pro volební spolupráci uvedené v doporučení Komise ze dne 12. září 2018 o sítích pro volební spolupráci, transparentnosti online, ochraně před kybernetickými bezpečnostními incidenty a boji proti dezinformačním kampaním v souvislosti s volbami do Evropského parlamentu, Evropského sboru pro digitální služby zřízeného v nařízení (EU) 2022/2065 a skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby zřízené podle směrnice 2010/13/EU. Tato spolupráce by měla usnadnit rychlou a bezpečnou výměnu informací o otázkách souvisejících s plněním jejich úkolů v oblasti dohledu a vymáhání pravidel podle tohoto nařízení, včetně společného zjišťování protiprávního jednání, sdílení zjištění a odborných znalostí a spolupráce při uplatňování a prosazování příslušných pravidel.

- (101) Za účelem zajištění účinné a strukturované spolupráce všech příslušných orgánů ve všech aspektech tohoto nařízení by se vnitrostátní kontaktní místa určená členskými státy měla pravidelně scházet na úrovni Unie v rámci sítě vnitrostátních kontaktních míst. Za účelem posílení spolupráce a výměny informací a postupů na úrovni Unie by tato síť měla úzce spolupracovat s Evropskou sítí pro volební spolupráci, skupinou evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby a dalšími příslušnými sítěmi nebo subjekty.
- (102) S cílem usnadnit účinné uplatňování povinností stanovených v tomto nařízení je nezbytné zmocnit vnitrostátní orgány, aby si od poskytovatelů služeb politické reklamy vyžádaly příslušné informace o transparentnosti politických reklamních sdělení. Informace, které mají být předávány příslušným orgánům, se mohou týkat určité reklamní kampaně, mohou být poskytnuty souhrnně podle let nebo se mohou týkat konkrétních reklamních sdělení. S cílem zajistit, aby bylo žádostem o tyto informace možné vyhovět účinným a účelným způsobem a aby poskytovatelé služeb politické reklamy zároveň nebyli vystaveni nepřiměřené zátěži, je nezbytné stanovit pro tyto žádosti určité podmínky. Zejména v zájmu včasného dohledu nad volebním procesem by poskytovatelé služeb politické reklamy měli na žádosti příslušných orgánů reagovat rychle, a to ve stanovené lhůtě. V průběhu posledního měsíce před volbami nebo referendem by se mělo mít za to, že porušení daných povinností má nepříznivý a závažný dopad na práva jednotlivců, a proto by měli poskytovatelé služeb politické reklamy poskytnout požadované informace v kratší stanovené lhůtě. Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky pro mikropodniky a malé podniky podle čl. 3 odst. 1 a 2 směrnice 2013/34/EU, by měli poskytnout požadované informace bez zbytečného odkladu a, pokud možno, před termínem konání voleb nebo referenda. V zájmu právní jistoty a v souladu s právem na obhajobu by žádosti o poskytnutí informací od příslušného orgánu měly obsahovat odpovídající odůvodnění a informace o dostupných opravných prostředcích.

Takové odůvodnění nemusí být vyžadováno, pokud by zveřejnění důvodů žádosti o informace jasně ohrozilo prevenci, odhalování, vyšetřování a stíhání trestných činů nebo závažných přestupků. Závažnost přestupku, který je důvodem k takové výjimce, by měla být určena nejen s přihlédnutím k výši pokuty nebo sankce, které mohou být uloženy podle tohoto nařízení, ale i k negativním dopadům, které by přestupek mohl mít na volby nebo referendum nebo na legislativní či regulační proces. Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli určit kontaktní místa pro interakci s příslušnými orgány. Tato kontaktní místa mohou být elektronická. Z ustálené judikatury Soudního dvora Evropské unie vyplývá, že ochrana fyzických i právnických osob před svévolnými nebo nepřiměřenými zásahy veřejných orgánů do soukromé činnosti těchto osob je obecnou zásadou práva Unie. Této ochrany se osoba může dovolávat jako práva zaručeného právem Unie pro účely čl. 47 prvního odstavce Listiny za účelem napadení aktu, který nepříznivě zasahuje do jejího právního postavení, jako je například příkaz k poskytnutí informací nebo sankce za nedodržení tohoto příkazu, před soudem

- (103) Členské státy by měly pro účely tohoto nařízení určit příslušný orgán jakožto vnitrostátní kontaktní místo na úrovni Unie. Pokud je to možné, mělo by být kontaktní místo členem Evropské sítě pro volební spolupráci. Vnitrostátní kontaktní místo by mělo usnadňovat spolupráci mezi příslušnými orgány členských států při plnění úkolů v oblasti dohledu a prosazování práva, zejména zprostředkováním komunikace s vnitrostátními kontaktními místy v jiných členských státech a s jinými příslušnými orgány v jeho vlastním členském státě.

- (104) Orgány členských států by měly zajistit, aby porušení povinností stanovených v tomto nařízení, jichž se dopustí zadavatelé nebo poskytovatelé služeb politické reklamy, bylo trestáno správními pokutami nebo finančními sankcemi, případně jinými opatřeními, včetně opakovaně ukládaných pokut. Přitom by měly zohlednit povahu, závažnost, opakování a dobu trvání protiprávního jednání s ohledem na dotčený veřejný zájem, rozsah a druh vykonávaných činností a případně i velikost a ekonomické možnosti porušitele. Dále by orgány členského státu měly zohlednit, zda dotčený zadavatel nebo poskytovatel služeb politické reklamy neplní tyto povinnosti systematicky nebo opakovaně, včetně toho, že zpožďuje poskytování informací zúčastněným subjektům, a případně i to, zda poskytovatel služeb politické reklamy působí ve více členských státech. Sankce by měly být v každém jednotlivém případě účinné, přiměřené a odrazující, s náležitým ohledem na poskytnutí dostatečných a dostupných procesních záruk, a zejména na nutnost zajistit, aby politická diskuse zůstala otevřená a přístupná. Některé povinnosti hrají zásadní úlohu při účinném plnění cílů tohoto nařízení a porušení těchto povinností by mělo být považováno za obzvláště závažné.

- (105) Jednotlivci nebo subjekty by měli mít možnost podávat příslušným orgánům stížnosti, aby je uvědomili o okolnostech, které by mohly představovat porušení tohoto nařízení. Mělo by být připomenuto, že v této souvislosti mohou být použitelná i jiná správní řízení stanovená právem Unie. Subjekty údajů mají například právo podávat dozorovým orgánům určeným podle nařízení (EU) 2016/679 stížnosti na porušení předpisů týkajících se zpracování jejich osobních údajů. Kromě toho by jednotlivci nebo subjekty měli mít rovněž možnost podat koordinátorům digitálních služeb určeným podle nařízení (EU) 2022/2065 stížnost na poskytovatele zprostředkovatelských služeb a na porušení uvedeného nařízení, k nimž mohlo dojít. Aniž jsou dotčeny tyto postupy nebo jakékoli jiné dostupné správní řízení nebo soudní opravné prostředky, měly by se příslušné orgány těmito stížnostmi zabývat, mj. i informovat stěžovatele o následných opatřeních. Je-li příslušnému orgánu oznámena stížnost, která spadá do pravomoci příslušného orgánu v jiném členském státě, měl by bez zbytečného odkladu předat stížnost tomuto příslušnému orgánu.
- (106) Na výkon pravomocí příslušným orgánem podle tohoto nařízení by se měly vztahovat vhodné procesní záruky v souladu s právem Unie a členského státu, včetně účinné soudní ochrany a spravedlivého procesu.
- (107) Za účelem podpory dodržování tohoto nařízení ze strany poskytovatelů služeb a dalších zainteresovaných subjektů by jim měly být poskytovány včasné a snadno dostupné informace o termínech konání voleb a referend. Členské státy by proto měly zveřejnit termíny konání svých voleb a referend a případně termíny období voleb. Tyto informace by měly být snadno dostupné a včasné. Členské státy by rovněž měly tyto informace veřejnosti sdělovat prostřednictvím portálu zpřístupněného Komisí, a to bezprostředně po vyhlášení dotčených termínů.

- (108) S cílem podpořit účinné provádění tohoto nařízení příslušnými vnitrostátními orgány se Komise vyzývá, aby podle potřeby vypracovala pokyny pro identifikaci politické reklamy a pro uplatňování sankcí.
- (109) Za účelem dosažení cílů tohoto nařízení by měla být na Komisi přenesena pravomoc přijímat akty v souladu s článkem 290 Smlouvy o fungování EU, pokud jde o informace, které mají být uvedeny v oznámení o transparentnosti, a o informace o používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení. Je obzvláště důležité, aby Komise vedla v rámci přípravné činnosti odpovídající konzultace, a to i na odborné úrovni, a aby tyto konzultace probíhaly v souladu se zásadami stanovenými v interinstitucionální dohodě ze dne 13. dubna 2016¹² o zdokonalení tvorby právních předpisů. Pro zajištění rovné účasti na vypracovávání aktů v přenesené pravomoci obdrží Evropský parlament a Rada veškeré dokumenty současně s odborníky z členských států a jejich odborníci mají automaticky přístup na zasedání skupin odborníků Komise, jež se věnují přípravě aktů v přenesené pravomoci.
- (110) Za účelem zajištění jednotných podmínek k uplatňování tohoto nařízení by měly být Komisi svěřeny prováděcí pravomoci uvedené v tomto nařízení. Tyto pravomoci by měly být vykonávány v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 182/2011¹³.

¹² Úř. věst. L 123, 12.5.2016, s. 1.

¹³ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 182/2011 ze dne 16. února 2011, kterým se stanoví pravidla a obecné zásady způsobu, jakým členské státy kontrolují Komisi při výkonu prováděcích pravomocí (Úř. věst. L 55, 28.2.2011, s. 13).

- (111) Do dvou let po každých volbách do Evropského parlamentu předloží Komise veřejně přístupnou zprávu o hodnocení a přezkumu tohoto nařízení. Při přípravě této zprávy by Komise měla rovněž zohlednit provádění tohoto nařízení v souvislosti s ostatními volbami a referendy probíhajícími v Unii.
- (112) Jelikož cílů tohoto nařízení, totiž přispět k řádnému fungování vnitřního trhu s politickou reklamou a souvisejícími službami a stanovit pravidla pro používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení v souvislosti se zveřejňováním a šířením politické reklamy, nemůže být uspokojivě dosaženo na úrovni členských států, ale spíše jich může být lépe dosaženo na úrovni Unie, může Unie přijmout opatření v souladu se zásadou subsidiarity stanovenou v článku 5 Smlouvy o EU. V souladu se zásadou proporcionality stanovenou v uvedeném článku nepřekračuje toto nařízení rámec toho, co je nezbytné pro dosažení těchto cílů.

- (113) Tímto nařízením nejsou dotčena pravidla stanovená směrnicemi 2000/31/ES¹⁴, 2002/58/ES¹⁵, 2005/29/ES¹⁶, 2006/114/ES¹⁷, 2006/123/ES¹⁸, 2010/13/EU a 2011/83/EU¹⁹ a nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/1150²⁰, jakož i nařízením (EU) 2022/2065, včetně pravidel odpovědnosti poskytovatelů zprostředkovatelských služeb stanovených v článcích 4, 5, 6 a 8 uvedeného nařízení. Toto nařízení by mělo doplnit *acquis* Unie v oblasti ochrany osobních údajů, zejména nařízení (EU) 2016/679, nařízení (EU) 2018/1725 a směrnici 2002/58/ES.

¹⁴ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“) (Úř. věst. L 178, 17.7.2000, s. 1).

¹⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/58/ES ze dne 12. července 2002 o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací (směrnice o soukromí a elektronických komunikacích) (Úř. věst. L 201, 31.7.2002, s. 37).

¹⁶ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách) (Úř. věst. L 149, 11.6.2005, s. 22).

¹⁷ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě (Úř. věst. L 376, 27.12.2006, s. 21).

¹⁸ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu (Úř. věst. L 376, 27.12.2006, s. 36).

¹⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES (Úř. věst. L 304, 22.11.2011, s. 64).

²⁰ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/1150 ze dne 20. června 2019 o podpoře spravedlnosti a transparentnosti pro podnikatelské uživatele online zprostředkovatelských služeb (Úř. věst. L 186, 11.7.2019, s. 57).

(114) Evropský inspektor ochrany údajů byl konzultován v souladu s čl. 42 odst. 1 nařízení (EU) 2018/1725 a dne 20. ledna 2022²¹ vydal své stanovisko,

PŘIJALY TOTO NAŘÍZENÍ:

²¹ Úř. věst. C 145, 1.4.2022, s. 12.

Kapitola I

Obečná ustanovení

Článek 1

Předmět a cíle

1. Toto nařízení stanoví:
 - a) harmonizovaná pravidla, včetně povinností týkajících se transparentnosti a související náležitě péče, pro poskytování služeb politické reklamy a souvisejících služeb a případně pravidla pro zadavatele týkající se shromažďování, uchovávání, zpřístupňování a zveřejňování informací souvisejících s poskytováním těchto služeb na vnitřním trhu;
 - b) harmonizovaná pravidla pro používání technik cílení a technik doručování reklamních sdělení, jejichž součástí je zpracování osobních údajů v souvislosti s poskytováním online politické reklamy;
 - c) pravidla pro dohled nad tímto nařízením a pro jeho vymáhání, mimo jiné pokud jde o spolupráci a koordinaci činnosti příslušných orgánů.
2. Politické názory ani jiný redakční obsah, na něž se vztahuje redakční odpovědnost, nejsou bez ohledu na médium, prostřednictvím kterého jsou vyjádřeny, považovány za politickou reklamu, pokud za jejich přípravu, umístění, propagaci, zveřejňování, doručování nebo šíření nebo v souvislosti s jejich přípravou, umístěním, propagací, zveřejňováním, doručováním nebo šířením není poskytována třetí stranou zvláštní platba nebo jiná odměna.

3. Politické názory, které určitá osoba vyjadřuje sama za sebe, nejsou považovány za politickou reklamu.
4. Cíle tohoto nařízení jsou:
 - a) přispět k řádnému fungování vnitřního trhu s politickou reklamou a souvisejícími službami;
 - b) chránit základní práva a svobody zakotvené v Listině, zejména právo na soukromí a na ochranu osobních údajů.

Článek 2

Oblast působnosti

1. Toto nařízení se vztahuje na politickou reklamu, pokud je dané politické reklamní sdělení šířeno v Unii, zpřístupněno veřejnosti v jednom nebo několika členských státech nebo určeno občanům Unie, bez ohledu na místo usazení poskytovatele služeb politické reklamy nebo místo bydliště či usazení zadavatele a bez ohledu na použité prostředky.
2. Tímto nařízením není dotčen obsah politických reklamních sdělení ani jím nejsou dotčena pravidla Unie nebo vnitrostátní pravidla, která upravují jiné aspekty související s politickou reklamou než ty, na něž se vztahuje toto nařízení, včetně pravidel týkajících se organizace, financování a vedení politických kampaní, pravidel týkajících se všeobecných zákazů či omezení politické reklamy během konkrétních období a případně pravidel týkajících se období voleb.

3. Tímto nařízením nejsou dotčena pravidla stanovená v těchto předpisech:

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

Článek 3

Definice

Pro účely tohoto nařízení se:

- 1) „službou“ rozumí jakákoli samostatná výdělečná činnost poskytovaná zpravidla za úplatu uvedená článku 57 Smlouvy o fungování EU;
- 2) „politickou reklamou“ rozumí příprava, umíst'ování, propagace, zveřejňování, doručování nebo šíření sdělení, prováděné zpravidla za úplatu nebo v rámci interní činnosti nebo politické reklamní kampaně, a to sdělení:
 - a) politického aktéra nebo jeho jménem, a to jakýmkoli prostředky, nemá-li čistě soukromou nebo čistě obchodní povahu, nebo
 - b) které může ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní nebo regulační proces na Unijní, vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni, a je k tomuto účelu určeno

a které nezahrnuje:

- i) sdělení z oficiálních zdrojů členských států nebo Unie, jež se týkají výhradně organizace a způsobů účasti ve volbách nebo referendech, včetně oznámení kandidatur, otázek položených v referendu nebo propagace účasti ve volbách nebo referendech;

- ii) veřejná sdělení, jejichž cílem je poskytnout veřejnosti oficiální informace ze strany jakéhokoli veřejného orgánu členského státu nebo Unie, za něj nebo jeho jménem, a to i ze strany členů vlády členského státu, za ně nebo jejich jménem, za předpokladu, že tato sdělení nemohou ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování při hlasování nebo legislativní či regulační proces a nejsou k tomuto účelu určena, a
 - iii) prezentace kandidátů na určených veřejných prostranstvích nebo v médiích, které jsou výslovně stanoveny zákonem a jsou přidělovány bezplatně za současného zajištění rovného zacházení s kandidáty;
- 3) „politickým reklamním sdělením“ rozumí akt politické reklamy zveřejněný, doručovaný nebo šířený jakýmkoli prostředky;
- 4) „politickým aktérem“ rozumí kterýkoli z těchto subjektů:
- a) politická strana podle čl. 2 odst. 1 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014, nebo subjekt přímo či nepřímo spojený s oblastí činnosti takové politické strany;
 - b) politické spojení podle čl. 2 odst. 2 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014;
 - c) evropská politická strana podle čl. 2 odst. 3 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014;

- d) kandidát na jakoukoli volenou funkci na unijní, vnitrostátní, regionální a místní úrovni nebo na jakoukoli vedoucí pozici v politické straně nebo osoba tyto funkce vykonávající;
 - e) člen orgánů Unie, s výjimkou Soudního dvora Evropské unie, Evropské centrální banky a Účetního dvora, nebo člen vlády členského státu na vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni;
 - f) organizace vedoucí politickou kampaň, s právní subjektivitou nebo bez ní, založená výhradně za účelem ovlivnění výsledku voleb nebo referenda;
 - g) jakákoli fyzická nebo právnická osoba zastupující kteroukoli z osob nebo organizací uvedených v písmenu a) až f) a podporující politické cíle kterékoli z uvedených osob nebo organizací;
- 5) „službou politické reklamy“ rozumí služba spočívající v politické reklamě s výjimkou zprostředkovatelské služby podle čl. 3 písm. g) nařízení (EU) 2022/2065 poskytované online a bezúplatně, za účelem přípravy, umíst'ování, propagace, zveřejňování, doručování nebo šíření určitého sdělení;
- 6) „poskytovatelem služeb politické reklamy“ rozumí fyzická nebo právnická osoba, která se zabývá poskytováním služeb politické reklamy, s výjimkou čistě doplňkových služeb;
- 7) „politickou reklamní kampaní“ rozumí příprava, umíst'ování, propagace, zveřejňování, doručování nebo šíření řady souvisejících politických reklamních sdělení v rámci zakázky na politickou reklamu na základě jednotné přípravy, zadání nebo financování;

- 8) „velmi velkou online platformou“ rozumí online platforma, která byla určena jako velmi velká online platforma podle čl. 33 odst. 4 nařízení (EU) 2022/2065;
- 9) „velmi velkým internetovým vyhledávačem“ rozumí internetový vyhledávač, který byl určen jako velmi velký internetový vyhledávač podle čl. 33 odst. 4 nařízení (EU) 2022/2065;
- 10) „zadavatelem“ rozumí fyzická nebo právnická osoba, na jejíž žádost nebo jejímž jménem se připravuje, umisťuje, propaguje, zveřejňuje, doručuje nebo šíří politické reklamní sdělení;
- 11) „technikami cílení“ rozumí techniky, které se používají k tomu, aby na základě zpracování osobních údajů bylo politické reklamní sdělení zobrazeno pouze konkrétní osobě nebo skupině osob nebo aby byly konkrétní osoba nebo skupina osob z takového zobrazení vyloučeny;
- 12) „technikami doručování reklamních sdělení“ rozumějí techniky optimalizace, které se používají ke zvýšení oběhu, dosahu nebo viditelnosti politického reklamního sdělení na základě automatizovaného zpracování osobních údajů a mohou sloužit k doručování politického reklamního sdělení pouze konkrétní osobě nebo skupině osob;
- 13) „vydavatelem politické reklamy“ rozumí poskytovatel služeb politické reklamy, který zveřejňuje, doručuje nebo šíří politickou reklamu prostřednictvím jakéhokoli média;
- 14) „správcem“ rozumí správce podle čl. 4 odst. 7 nařízení (EU) 2016/679, případně podle čl. 3 odst. 8 nařízení (EU) 2018/1725.

Článek 4
Zásada vnitřního trhu

1. Členské státy nesmějí z důvodů souvisejících s transparentností politické reklamy ponechat v platnosti ani zavádět ustanovení nebo opatření odchylná od ustanovení nebo opatření tohoto nařízení.
2. Pokud jsou splněny požadavky tohoto nařízení, nelze poskytování služeb politické reklamy z důvodů souvisejících s transparentností zakázat ani omezit, a to ani geograficky.

Článek 5
Poskytování služeb politické reklamy v Unii

1. Poskytovatelé služeb politické reklamy nesmí podrobovat poskytování svých služeb diskriminačním omezením založeným výhradně na místě bydliště nebo usazení zadavatele.

Poskytovatelé služeb politické reklamy neomezí poskytování svých služeb „evropské politické straně“ vymezené v čl. 2 bodu 3 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014 nebo politické skupině v Evropském parlamentu pouze na základě místa jejich usazení.

2. Aniž jsou dotčena přísnější vnitrostátní pravidla, v posledních třech měsících předcházejících volbám nebo referendu organizovaným na úrovni Unie nebo na vnitrostátní, regionální či místní úrovni v členském státě, se poskytují služby politické reklamy týkající se těchto voleb nebo referenda pouze zadavateli, nebo poskytovateli služeb jednajícímu jménem zadavatele, který o sobě prohlásí, že je:
- a) občanem Unie nebo
 - b) státním příslušníkem třetí země s trvalým pobytem v Unii, který má právo volit v těchto volbách nebo referendu v souladu s vnitrostátním právem členského státu bydliště nebo
 - c) právnickou osobou usazenou v Unii, která není v konečném důsledku vlastněna nebo kontrolována státním příslušníkem třetí země, s výjimkou státních příslušníků třetích zemí uvedených v písmenu b), nebo právnickou osobou usazenou ve třetí zemi.

Kapitola II

Povinnosti týkající se transparentnosti a náležité péče v oblasti služeb politické reklamy

Článek 6

Povinnosti týkající se transparentnosti a náležité péče v oblasti služeb politické reklamy

1. Služby politické reklamy se poskytují transparentně v souladu s povinnostmi stanovenými v tomto článku, článcích 7 až 17 a článku 21.
2. Poskytovatelé služeb politické reklamy zajistí, aby smluvní ujednání uzavřená za účelem poskytování služeb politické reklamy umožňovala dodržování příslušných ustanovení tohoto nařízení, včetně ustanovení o rozdělení odpovědnosti a úplnosti a přesnosti informací.

Článek 7

Identifikace služeb politické reklamy

1. Poskytovatel reklamních služeb požádá zadavatele a poskytovatele reklamních služeb jednající jménem zadavatelů o prohlášení, zda reklamní služba, o jejíž provedení ho žádají, představuje službu politické reklamy ve smyslu čl. 3 bodu 5, a zda splňují některý z požadavků podle čl. 5 odst. 2. Zadavatelé a poskytovatelé reklamních služeb jednající jménem zadavatelů učiní tato prohlášení pravdivě a odpovídají za jejich správnost.

2. Poskytovatelé služeb politické reklamy zajistí, aby smluvní ujednání uzavřená za účelem poskytování služeb politické reklamy ukládala zadavateli nebo poskytovatelům reklamních služeb jednajícím jménem zadavatelů povinnost poskytnout prohlášení v souladu s odstavcem 1 tohoto článku a příslušné informace nezbytné ke splnění požadavků podle čl. 9 odst. 1, čl. 11 odst. 1 a čl. 12 odst. 1. Uvedené informace se předávají úplně a přesně a bez zbytečného odkladu.
3. Zadavatelé poskytnou a zajistí přesnost informací nezbytných k tomu, aby poskytovatelé služeb politické reklamy dosáhli souladu s čl. 9 odst. 1 písm. a), d), e) a f), čl. 11 odst. 1 písm. a) až d) a čl. 12 odst. 1 písm. a), b), c), e), h) a k), a to před obdobím zveřejnění, doručování nebo šíření politického reklamního sdělení nebo během něj.

Pokud zadavatel nebo poskytovatel reklamních služeb jednající jménem zadavatele zjistí, že informace, které předal, se změnily, zajistí, aby aktualizované informace byly předány příslušnému poskytovateli služeb politické reklamy včas, úplně a přesně.

Pokud zadavatel nebo poskytovatel reklamních služeb jednající jeho jménem zjistí, že jakékoli informace předané vydavateli politické reklamy, nebo informace, které vydavatel politické reklamy zveřejnil, jsou neúplné nebo nepřesné, kontaktuje bez zbytečného odkladu dotčeného vydavatele politické reklamy a předá mu doplněné nebo opravené informace.

4. Pokud zadavatelé nebo poskytovatelé reklamních služeb jednající jménem zadavatelů předloží prohlášení nebo informace v souladu s tímto článkem a toto prohlášení nebo informace se ukáží jako zjevně chybné, poskytovatelé služeb politické reklamy je požádají, aby předložené prohlášení a informace opravili. Zadavatelé nebo poskytovatelé reklamních služeb jednající jménem zadavatelů opravu provedou úplným a přesným způsobem a bez zbytečného odkladu.
5. Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří využívají online rozhraní, zajistí, aby bylo navrženo a organizováno tak, aby umožňovalo zadavatelům a poskytovatelům reklamních služeb jednajícím jménem zadavatelů plnit jejich povinnosti uvedené v odstavci 1 tohoto článku a v čl. 9 odst. 1.

Článek 8
Identifikace politického reklamního sdělení

1. Za účelem stanovení, zda sdělení představuje politickou reklamu ve smyslu čl. 3 odst. 2 písm. b), jsou zohledněny všechny jeho aspekty, včetně:
 - a) obsahu sdělení;
 - b) zadavatele sdělení;
 - c) jazyka použitého k předání sdělení;
 - d) kontextu, v němž je sdělení předáno, včetně období jeho šíření;
 - e) způsobu přípravy, umístění, propagace, zveřejnění, doručování či šíření sdělení;
 - f) cílové skupiny;
 - g) cíle sdělení.
2. Komise vypracuje společné pokyny, které přispějí k řádnému uplatňování tohoto článku.

Článek 9
Vedení záznamů

1. V míře, jež je nutná k dosažení souladu s tímto nařízením, uchovávají poskytovatelé služeb politické reklamy informace, které získali při poskytování svých služeb o těchto záležitostech:
 - a) politickém reklamním sdělení nebo politické reklamní kampani, s níž jsou služba nebo služby spojeny;
 - b) konkrétní službě nebo službách, které poskytl v souvislosti s politickou reklamou;
 - c) částkách, které vyfakturovali za poskytnutou službu nebo služby, a hodnotě jiných výhod, které zcela nebo z části představují odměnu za danou službu nebo služby,
 - d) veřejném nebo soukromém původu částek a jiných výhod uvedených v písmenu c), jakož i o tom, zda pocházejí z Unie nebo ze třetích zemí;
 - e) totožnosti a kontaktních údajích zadavatele politického reklamního sdělení a případně subjektu, který je konečnou ovládající osobou zadavatele, a v případě právnických osob o jejich místě usazení, a dále
 - f) případně o volbách, referendu nebo legislativním či regulačním procesu, s nimiž je politické reklamní sdělení spojeno.

2. Poskytovatelé služeb politické reklamy vynaloží přiměřené úsilí k tomu, aby byly informace uchovávané podle odstavce 1 úplné a přesné.
3. Informace podle odstavce 1 mají písemnou nebo elektronickou formu. Tyto informace se uchovávají ve strojově čitelném formátu po dobu sedmi let od data poslední přípravy, umístění, propagace, zveřejnění, doručení nebo šíření.
4. Tento článek se nevztahuje na mikropodniky, které splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1 směrnice 2013/34/EU, pokud je poskytování reklamních služeb čistě okrajové a doplňkové k jejich hlavnímu činnosti.

Článek 10

Předávání informací vydavateli politické reklamy

1. Poskytovatelé služeb politické reklamy zajistí, aby informace uvedené v čl. 9 odst. 1 byly včas, úplně a přesně sděleny vydavatelům politické reklamy, aby tito vydavatelé mohli plnit své povinnosti podle tohoto nařízení.

Každý poskytovatel služeb politické reklamy předá informace uvedené v prvním pododstavci během poskytování příslušné služby a v souladu s osvědčenými postupy a odvětvovými normami, a pokud je to technicky možné, prostřednictvím standardizovaného automatizovaného postupu.

Je-li vydavatel politické reklamy jediným poskytovatelem služeb politické reklamy, předá zadavatel příslušné informace vydavateli politické reklamy.

2. Pokud poskytovatel služeb politické reklamy zjistí, že informace, jež poskytl, se změnily, zajistí, aby byly aktualizované informace předány příslušnému vydavateli politické reklamy.

Článek 11

Požadavky na označování a transparentnost každého politického reklamního sdělení

1. Vydavatelé politické reklamy zajistí, aby každé politické reklamní sdělení bylo zpřístupněno veřejnosti a současně obsahovalo jasně, výrazně a jednoznačně tyto informace:
 - a) prohlášení, že se jedná o politické reklamní sdělení;
 - b) totožnost zadavatele politického reklamního sdělení a případně subjektu, který je jeho konečnou ovládající osobou;
 - c) případně volby, referendum nebo legislativní či regulační proces, s nimiž je politické reklamní sdělení spojeno;
 - d) případně prohlášení o tom, že politické reklamní sdělení podléhá technikám cílení nebo doručování reklamních sdělení;
 - e) oznámení o transparentnosti obsahující informace uvedené v čl. 12 odst. 1 nebo jasné uvedení místa, kde je možné oznámení snadno a přímo získat.
2. Vydavatelé politické reklamy zajistí, aby informace uvedené v odstavci 1 byly úplné. Vydavatelé politické reklamy zajistí přesnost informací o tom, kde lze získat oznámení o transparentnosti uvedené v odst. 1 písm. e).

3. Informace uvedené v odstavci 1 se zpřístupní ve formě označení, jež je přizpůsobeno použitému médiu.

Tato označení musí být dobře viditelná, musí jednotlivcům umožňovat, aby politické reklamní sdělení jako takové snadno identifikovali, a v případě dalšího šíření politického reklamního sdělení musí zůstat na místě.

4. Do ... [15 měsíců ode dne vstupu tohoto nařízení v platnost] přijme Komise prováděcí akty, kterými stanoví formát a vzor označení uvedených v odstavci 3. Tyto prováděcí akty zajistí, aby označení byla přizpůsobena použitému médiu, a to i v audiovizuálních a tištěných médiích, a rovněž online a offline reklamě, s přihlédnutím ke zvláštním vlastnostem tohoto média, jakož i k nejnovějšímu technologickému vývoji a vývoji na trhu, příslušnému vědeckému výzkumu a osvědčeným postupům.

Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 29 odst. 2.

5. Členské státy, včetně příslušných orgánů, a Komise podporují vypracování dobrovolných kodexů chování, které mají přispět k řádnému uplatňování tohoto článku s ohledem na konkrétní charakteristiky příslušných poskytovatelů služeb a na konkrétní potřeby mikropodniků, malých a středních podniků splňujících podmínky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU.

Článek 12
Oznámení o transparentnosti

1. Vydavatelé politické reklamy zajistí, aby oznámení o transparentnosti uvedené v čl. 11 odst. 1 písm. e) obsahovalo tyto informace:
 - a) totožnost zadavatele a případně subjektu, který zadavatele v konečném důsledku ovládá, včetně jejich jména, e-mailové adresy a, je-li zveřejněna, jejich poštovní adresy, a není-li zadavatelem fyzická osoba, adresa, kde má sídlo;
 - b) informace požadované podle písmene a) o fyzické nebo právnické osobě, která poskytuje odměnu za politické reklamní sdělení, pokud tato osoba není zadavatelem nebo subjektem, který zadavatele v konečném důsledku ovládá;
 - c) období, během něhož má být politické reklamní sdělení zveřejněno, doručováno či šířeno;
 - d) souhrnné částky a souhrnnou hodnotu jiných výhod, které obdrželi poskytovatelé služeb politické reklamy, včetně souhrnných částek nebo souhrnné hodnoty jiných výhod, které obdržel vydavatel, zcela nebo z části za služby politické reklamy a v příslušných případech za politickou reklamní kampaň;

- e) informace o veřejném nebo soukromém původu částek a jiných výhod uvedených v písmenu d), jakož i o tom, zda pocházejí z Unie nebo ze třetích zemí;
- f) metodiku použitou k výpočtu částek a hodnot uvedených v písmenu d);
- g) případně informace o volbách nebo referendech nebo o legislativním či regulačním procesu, s nimiž je politické reklamní sdělení spojeno;
- h) je-li politické reklamní sdělení spojeno s konkrétními volbami nebo referendy, odkazy na oficiální informace o způsobech účasti v daných volbách nebo referendu;
- i) případně odkazy na evropský archiv online politických reklamních sdělení uvedený v odstavci 13;
- j) informace o mechanismech podle čl. 15 odst. 1;
- k) případně, zda bylo předchozí zveřejnění politického reklamního sdělení nebo jeho dřívější verze pozastaveno nebo ukončeno z důvodu porušení tohoto nařízení;
- l) případně prohlášení, že politické reklamní sdělení bylo podrobeno technikám cílení nebo technikám doručování reklamních sdělení na základě použití osobních údajů, včetně informací uvedených v čl. 19 odst. 1 písm. c) a e);
- m) případně, je-li to technicky možné, dosah politického reklamního sdělení v závislosti na počtu zhlédnutí a závazky v souvislosti s tímto politickým reklamním sdělením.

2. Vydavatelé politické reklamy zajistí, aby informace uvedené v odstavci 1 byly úplné.

V období před zveřejněním, doručováním nebo šířením politického reklamního sdělení a během něj zajistí vydavatelé politické reklamy přesnost informací podle odst. 1 písm. d), f), i), j) a m)

Pokud poskytovatel služeb politické reklamy zjistí, že jakékoli informace předané vydavateli politické reklamy, nebo informace, které vydavatel politické reklamy zveřejnil, jsou neúplné nebo nepřesné, kontaktuje bez zbytečného odkladu dotčeného vydavatele politické reklamy a předá mu doplněné nebo opravené informace.

Pokud se vydavatel politické reklamy nějakým způsobem dozví, že informace uvedené v čl. 11 odst. 1 a v odstavci 1 tohoto článku jsou neúplné nebo nepřesné, vynaloží veškeré úsilí, včetně kontaktování zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy, aby tyto informace bezodkladně doplnil nebo opravil.

Nelze-li informace bezodkladně doplnit nebo opravit, nesmí vydavatel politické reklamy toto politické reklamní sdělení zpřístupnit nebo musí bez zbytečného odkladu ukončit jeho zveřejňování, doručování nebo šíření.

Vydavatel politické reklamy informuje bez zbytečného odkladu zadavatele nebo poskytovatele daných služeb politické reklamy o veškerých rozhodnutích přijatých podle pátého pododstavce tohoto odstavce.

3. Oznámení o transparentnosti jsou součástí každého politického reklamního sdělení nebo jsou snadno vyhledatelná, a to kdykoli během období, kdy je politické reklamní sdělení zveřejněno.

Oznámení o transparentnosti jsou po celou dobu zveřejnění politického reklamního sdělení aktualizována, předkládána ve formátu, který je snadno přístupný, a alespoň v případě, že je politické reklamní sdělení zpřístupněno elektronicky, ve strojově čitelném formátu. Jsou napsána v jazyce politického reklamního sdělení. Vydavatelé politické reklamy, kteří nabízejí služby v Unii, zajistí, aby oznámení o transparentnosti splňovala platné požadavky na přístupnost, a to i zpřístupněním informací prostřednictvím více než jednoho kanálu smyslového vnímání, je-li to technicky proveditelné.

Oznámení o transparentnosti jsou jasně viditelná a uživatelsky přívětivá, mimo jiné díky tomu, že používají jednoduchý jazyk.

4. Vydavatelé politické reklamy uchovávají svá oznámení o transparentnosti spolu s jejich případnými změnami po dobu sedmi let od posledního zveřejnění dotčeného politického reklamního sdělení.
5. Odstavec 4 tohoto článku se nevztahuje na mikropodniky, které splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1 směrnice 2013/34/EU, pokud je poskytování reklamních služeb čistě okrajové a doplňkové k jejich hlavním činnostem.

6. Komisi je svěřena pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci v souladu s článkem 28 za účelem změny tohoto nařízení doplněním bodů do seznamu podle odstavce 1 tohoto článku a změnou odst. 1 písm. f) tohoto článku, a to s ohledem na technologický vývoj, tržní postupy, příslušný vědecký výzkum, vývoj v oblasti dohledu vykonávaného příslušnými orgány a pokynů vydávaných příslušnými subjekty, za předpokladu, že je taková změna nezbytná k pochopení širšího kontextu politického reklamního sdělení a jeho cílů.
7. Do ... [15 měsíců ode dne vstupu tohoto nařízení v platnost], přijme Komise prováděcí akty, kterými stanoví formát oznámení o transparentnosti a stanoví technické specifikace pro toto oznámení, aby se zajistilo, že bude přizpůsobeno použitému médiu, včetně audiovizuálních a tištěných sdělovacích prostředků, a rovněž online a offline reklamy, s přihlédnutím k nejnovějšímu technologickému vývoji a vývoji na trhu, příslušnému vědeckému výzkumu a osvědčeným postupům a specifickým potřebám mikropodniků a malých a středních podniků splňujících podmínky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU.

Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 29 odst. 2.

Článek 13

Evropský archiv online politických reklamních sdělení

1. Komise zřídí evropský archiv pro online politická reklamní sdělení (dále jen „evropský archiv“), který je veřejným úložištěm všech online politických reklamních sdělení zveřejněných v Unii nebo určených občanům Unie nebo rezidentům v Unii, a zajistí jeho správu, a to přímo, nebo tak, že tuto odpovědnost svěří řídicímu orgánu. Tento archiv musí zahrnovat:
 - a) funkcionalitu umožňující veřejnosti přístup k online politickým reklamním sdělením spolu s informacemi poskytnutými vydavateli politické reklamy uvedenými v čl. 12 odst. 1 ve vztahu ke každému online politickému reklamnímu sdělení od okamžiku jeho prvního zveřejnění; informace musí být k dispozici ve strojově čitelném formátu, umožňovat vyhledávání podle více kritérií a být veřejně přístupné prostřednictvím jednotného portálu;
 - b) hostingovou službu, která zajišťuje dostupnost online politických reklamních sdělení a informací s nimi zveřejněných podle čl. 12 odst. 1, po celou dobu, během níž je politické reklamní sdělení prezentováno, a po dobu sedmi let od posledního zveřejnění politického reklamního sdělení; tato hostingová služba a přístup k uchovávaným informacím musí respektovat a není jimi dotčen žádný právní požadavek na odstranění politického reklamního sdělení a informací, které s ním byly zveřejněny; tato hostingová služba je pro vydavatele politické reklamy, kteří zadávají online politická reklamní sdělení do evropského archivu, zdarma.

2. Vydavatelé politické reklamy, kteří jsou velmi velkými online platformami a velmi velkými internetovými vyhledávači, zajistí, aby každé politické reklamní sdělení spolu s informacemi uvedenými v čl. 12 odst. 1 tohoto nařízení bylo zpřístupněno na úložišti uvedeném v článku 39 nařízení (EU) 2022/2065. Kromě toho tito vydavatelé politické reklamy umožní přístup k těmto informacím prostřednictvím evropského archivu od okamžiku zveřejnění a po celou dobu, během níž prezentují politické reklamní sdělení, a po dobu sedmi let poté, co bylo politické reklamní sdělení naposledy prezentováno na jejich online rozhraních.
3. Pokud vydavatelé politické reklamy odstraní konkrétní politické reklamní sdělení nebo k němu znemožní přístup na základě údajné nezákonnosti nebo neslučitelnosti s jejich podmínkami, nadále poskytují přístup k informacím požadovaným podle čl. 12 odst. 1 tohoto nařízení po dobu uvedenou v čl. 9 odst. 3 tohoto nařízení. Tímto požadavkem nejsou dotčeny požadavky stanovené v čl. 9 odst. 2 písm. a) bodě i), čl. 17 odst. 3 písm. a) až e) a čl. 39 odst. 3 nařízení (EU) 2022/2065.
4. Vydavatelé politické reklamy odlišní od těch, již jsou uvedeni v odstavci 2 tohoto článku, kteří zveřejňují politické reklamní sdělení prostřednictvím online služby, zpřístupní každé takové politické reklamní sdělení a informace požadované podle čl. 12 odst. 1 v evropském archivu nejpozději 72 hodin po prvním zveřejnění politického reklamního sdělení.
5. Komise nebo případně řídicí orgán uvedený v odstavci 1 nenese žádnou odpovědnost za úplnost a přesnost politické reklamy a informací, které s ní byly zveřejněny, ani za jejich soulad s příslušnými právními předpisy Unie nebo vnitrostátními právními předpisy a dalšími platnými závaznými pravidly.

6. Do ... [24 měsíců ode dne vstupu tohoto nařízení v platnost] přijme Komise prováděcí akty v souladu s článkem 29, kterými stanoví podrobná opatření pro poskytování společné struktury údajů, standardizovaných metadat s cílem usnadnit začlenění politických reklamních sdělení do evropského archivu a indexaci politické reklamy internetovými vyhledávači, standardizované autentizace a společného aplikačního programového rozhraní s cílem umožnit přístup k agregaci informací zveřejněných online podle tohoto nařízení prostřednictvím jednotného portálu.

Při přijímání těchto prováděcích aktů Komise zohlední technologický, tržní a vědecký vývoj a zaměří se na dosažení těchto cílů:

- a) umožnit veřejný přístup k informacím uvedeným v odstavcích 1, 2 a 3 prostřednictvím evropského archivu;
- b) umožnit snadný přístup veřejnosti k online oznámením o transparentnosti prostřednictvím společného aplikačního programového rozhraní, jež by umožnilo přístup k těmto oznámením a vyhledávání v příslušných databázích;
- c) podporovat přístup třetích stran a veřejnosti k oznámením o transparentnosti, mimo jiné tím, že umožní analýzu online oznámení o transparentnosti a jejich prezentaci prostřednictvím uživatelsky přívětivého jednotného portálu a vyhledávacích služeb.

Článek 14

Pravidelné podávání zpráv o službách politické reklamy

1. Vydavatelé politické reklamy zahrnou informace o částkách nebo hodnotě jiných výhod, které obdrželi zčásti nebo zcela za poskytnuté služby, včetně informací o použití technik cílení a technik doručování reklamních sdělení, a to souhrnně za jednotlivé kampaně, jako přílohu jejich zprávy o vedení podniku ve smyslu článku 19 směrnice 2013/34/EU.

Vydavatelé politické reklamy zpřístupní informace uvedené v prvním pododstavci příslušným orgánům odpovědným za audit politických aktérů nebo dohled nad nimi, pokud jsou tyto orgány zřízeny podle vnitrostátního práva.

2. Odstavec 1 tohoto článku se nevztahuje na mikropodniky a malé nebo střední podniky, které splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU.

Článek 15

Upozornění na politická reklamní sdělení, která mohou být v rozporu s pravidly

1. Vydavatelé politické reklamy mají zavedeny nezbytné mechanismy, které fyzickým nebo právnickým osobám umožní, aby jim oznámily, že určité politické reklamní sdělení, které zveřejnili, je v rozporu s tímto nařízením.
2. Mechanismy uvedené v odstavci 1 jsou bezplatné, uživatelsky přívětivé a snadno přístupné, a to včetně oznámení o transparentnosti. Je-li to technicky možné, umožňují tyto mechanismy podávat oznámení v elektronické podobě.

3. Tyto mechanismy usnadňují podávání přesných a odůvodněných oznámení vydavatelům politické reklamy, aby mohli zjistit nesoulad daných politických reklamních sdělení s tímto nařízením. Za tímto účelem přijmou vydavatelé politické reklamy nezbytná opatření, aby umožnili a usnadnili podávání oznámení obsahujících všechny tyto prvky:
 - a) podložené vysvětlení důvodů, proč příslušná fyzická či právnická osoba předkládající oznámení tvrdí, že dané politické reklamní sdělení porušuje ustanovení tohoto nařízení;
 - b) informace umožňující identifikaci politického reklamního sdělení;
 - c) jméno a e-mailovou adresu fyzické či právnické osoby podávající oznámení.
4. Vydavatelé politické reklamy zašlou bez zbytečného odkladu potvrzení o přijetí oznámení podle odstavce 1 fyzickým či právnickým osobám, které oznámení podaly.
5. Vydavatelé politické reklamy, kteří jsou velmi velkými online platformami a velmi velkými internetovými vyhledávači, bez zbytečného odkladu:
 - a) přezkoumají a řeší oznámení obdržena podle odstavce 1 s náležitou péčí, objektivně a nikoli svévolně;
 - b) informují fyzickou nebo právnickou osobu, která učinila oznámení uvedené v odstavci 1, o následných opatřeních.

6. Vydavatelé politické reklamy, kteří nejsou velmi velkými online platformami ani velmi velkými internetovými vyhledávači, bez zbytečného odkladu:
- a) vyvinou veškeré úsilí, aby přezkoumali a řešili oznámení obdržená podle odstavce 1 s náležitou péčí, objektivně, a nikoli svévolně;
 - b) informují alespoň na požádání a bez zbytečného odkladu fyzické či právnické osoby, které učinily oznámení podle odstavce 1 tohoto článku, o následných opatřeních týkajících se oznámení. Vydavatelé politické reklamy, kteří splňují podmínky pro mikropodniky podle čl. 3 odst. 1 směrnice 2013/34/EU, vynaloží veškeré úsilí s cílem zajistit soulad s tímto odstavcem.
7. V posledním měsíci před volbami nebo referendem vydavatelé politické reklamy zpracují jakékoliv obdržené oznámení o politickém reklamním sdělení spojeném s těmito volbami nebo referendem během 48 hodin, pokud lze takové oznámení kompletně zpracovat na základě informací v něm uvedených. Vydavatelé politické reklamy, kteří splňují podmínky pro mikropodniky a malé nebo střední podniky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU, vynaloží maximální úsilí, aby bez zbytečného odkladu zpracovali veškerá oznámení, která obdrží o politickém reklamním sdělení souvisejícím s těmito volbami nebo referendem.
8. Vydavatelé politické reklamy poskytnou jasné a uživatelsky přívětivé informace o možnostech nápravy v souvislosti s politickým reklamním sdělením, jehož se oznámení týká, a případně o použití automatizovaných prostředků pro zpracování oznámení.

9. Vydavatelé politické reklamy bez zbytečného odkladu informují dotčené zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy o veškerých opatřeních, která přijmou v návaznosti na oznámení učiněná podle tohoto článku, která mají vliv na dostupnost nebo prezentaci daného politického reklamního sdělení.
10. Vydavatelé politické reklamy mohou na opakovaná oznámení podle odstavce 1 týkající se téhož reklamního sdělení nebo reklamní kampaně odpovědět hromadně, a to i využitím automatizovaných nástrojů či prostřednictvím oznámení na jejich internetových stránkách, s odkazem na příslušná oznámení.
11. Komise může po konzultaci se sítí vnitrostátních kontaktních míst uvedenou v čl. 22 odst. 8 vydat pokyny s cílem pomoci vydavatelům politické reklamy při uplatňování tohoto článku.

Článek 16

Předávání informací příslušným vnitrostátním orgánům

1. Za účelem ověření souladu s články 9, 11, 12 a 14 mají příslušné vnitrostátní orgány pravomoc žádat, aby poskytovatelé služeb politické reklamy předali veškeré nezbytné informace. Předávané informace jsou úplné, přesné a důvěryhodné a jsou poskytnuty v jasném, uceleném, konsolidovaném a srozumitelném formátu. Pokud je to technicky možné, předávají se informace ve standardizovaném a strojově čitelném formátu.

2. Žádost uvedená v odstavci 1 obsahuje tyto prvky:
 - a) odůvodnění vysvětlující účel, pro který jsou informace požadovány, ledaže žádost sleduje účel prevence, vyšetřování, odhalování a stíhání trestných činů nebo závažných správních deliktů, a sdělení důvodů žádosti by tento účel ohrozilo;
 - b) informace o nápravě, kterou má k dispozici příslušný poskytovatel služeb politické reklamy a zadavatel služby politické reklamy.
3. Po obdržení žádosti podle odstavce 1 tohoto článku poskytovatelé služeb politické reklamy do dvou pracovních dnů potvrdí přijetí této žádosti a informují příslušný vnitrostátní orgán o krocích přijatých k jejímu vyřízení. Příslušný poskytovatel služeb politické reklamy poskytne požadované informace do osmi pracovních dnů. Avšak poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky pro mikropodniky a malé nebo střední podniky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU, vynaloží přiměřené úsilí, aby požadované informace poskytli do 12 pracovních dní a poté bez zbytečného prodlení.
4. Odchylně od odstavce 3 tohoto článku poskytnou v posledním měsíci před volbami nebo referendem poskytovatelé služeb politické reklamy požadované informace, kterými disponují, bez zbytečného prodlení, ne však později než do 48 hodin. Avšak poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky pro mikropodniky nebo malé podniky podle čl. 3 odst. 1 a 2 směrnice 2013/34/EU, poskytnou požadované informace, kterými disponují, bez zbytečného odkladu a pokud možno před termínem voleb nebo referenda.

5. Poskytovatelé služeb politické reklamy určí kontaktní místa pro interakci s příslušnými vnitrostátními orgány. Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky pro mikropodniky a malé nebo střední podniky podle čl. 3 odst. 1, 2 až 3 směrnice 2013/34/EU, mohou jako kontaktní místo určit externí fyzickou osobu.

Článek 17

Předávání informací jiným zúčastněným subjektům

1. Na žádost zúčastněných subjektů předají poskytovatelé služeb politické reklamy těmto subjektům neprodleně a bezplatně, a je-li to technicky možné ve strojově čitelném formátu, informace, které jsou tyto poskytovatelé služeb politické reklamy povinni mít podle článků 9, 11 a 12.
2. Zúčastněné subjekty, které žádají o předání informací podle odstavce 1, musí být nezávislé na obchodních zájmech a musí spadat do jedné nebo více z těchto kategorií:
 - a) prověření výzkumní pracovníci v souladu s čl. 40 odst. 8 nařízení (EU) 2022/2065;
 - b) členové organizace občanské společnosti, jejímž statutárním cílem je ochrana a podpora veřejného zájmu, která je k tomu oprávněna podle vnitrostátního práva nebo práva Unie;
 - c) političtí aktéři;
 - d) národní nebo mezinárodní volební pozorovatelé uznání v členském státě nebo
 - e) novináři.

3. Na žádost zúčastněného subjektu vyvine poskytovatel služeb politické reklamy maximální úsilí, aby požadované informace nebo odůvodněnou odpověď podle odstavce 5 poskytl co nejdříve a nejpozději do jednoho měsíce.
4. Při přípravě informací, které mají být poskytnuty podle odstavce 1, může poskytovatel služeb politické reklamy příslušné částky uvést souhrnně nebo uvést rozpětí, a to v rozsahu nezbytném k ochraně svých oprávněných obchodních zájmů.
5. Jsou-li žádosti podle odstavce 1 zjevně nejasné, nepřiměřené nebo obsahují informace, které nemá poskytovatel služeb politické reklamy k dispozici, může poskytovatel poskytnutí požadovaných informací odmítnout. V takových případech zašle příslušný poskytovatel služeb politické reklamy zúčastněnému subjektu, který žádost podal, odůvodněnou odpověď, která bude obsahovat informace o možnostech nápravy, včetně těch, které existují podle směrnice (EU) 2020/1828.
6. Pokud je zpracování žádostí podle odstavce 1 spojeno se značnými náklady, může poskytovatel služeb politické reklamy účtovat opodstatněný a přiměřený poplatek, který v žádném případě nepřekročí administrativní náklady na poskytnutí požadovaných informací.
7. Důkazní břemeno, že žádost je zjevně nejasná, nepřiměřená nebo se týká informací, které nemají k dispozici, nebo že žádosti s sebou nesou značné náklady na zpracování, nesou poskytovatelé služeb politické reklamy.

Kapitola III

Cílení a doručování reklamních sdělení v kontextu online politické reklamy

Článek 18

*Zvláštní požadavky týkající se technik cílení a technik doručování reklamních sdělení
v kontextu online politické reklamy*

1. Techniky cílení nebo techniky doručování reklamních sdělení, které v kontextu online politické reklamy zahrnují zpracování osobních údajů, jsou povoleny pouze tehdy, jsou-li splněny tyto podmínky:
 - a) správce shromáždil osobní údaje od subjektu údajů;
 - b) subjekt údajů poskytl výslovný souhlas ve smyslu nařízení (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725 se zpracováním osobních údajů za účelem politické reklamy samostatně a
 - c) tyto techniky nezahrnují „profilování“ vymezené v čl. 4 bodu 4 nařízení (EU) 2016/679 a v čl. 3 bodě 5 nařízení (EU) 2018/1725, pomocí zvláštních kategorií osobních údajů uvedených v čl. 9 odst. 1 nařízení (EU) 2016/679 a v čl. 10 odst. 1 nařízení (EU) 2018/1725.

2. Techniky cílení nebo techniky doručování reklamních sdělení v kontextu politické reklamy, které zahrnují zpracování osobních údajů subjektu údajů, o němž je správci s přiměřenou jistotou známo, že je alespoň o jeden rok mladší, než je volební věk stanovený vnitrostátními předpisy, jsou zakázány. Dodržení povinností uvedených v tomto odstavci nezavazuje správce ke zpracování dalších osobních údajů za účelem posouzení, zda je subjekt údajů o jeden rok mladší, než je volební věk.
3. Tento článek se nevztahuje na komunikaci jakékoliv politické strany, nadace, sdružení či jiného neziskového subjektu, vůči jejich členům a bývalým členům nebo na komunikaci, jako jsou informační bulletiny, spojenou s jejich politickými činnostmi za předpokladu, že tato komunikace je založena výhradně na údajích o předplatném a tudíž zcela omezena na jejich členy, bývalé členy či předplatitele a vychází z osobních údajů, které poskytl, a nezahrnuje zpracování osobních údajů pro účely cílení či jiného výběru příjemců a zpráv, které dostávají.
4. Pro účely uplatňování požadavků nařízení (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725 ohledně poskytnutí výslovného souhlasu, jakož i jeho odvolání po udělení, správci zajistí, aby:
 - a) subjekt údajů nebyl žádán o souhlas, pokud již automatizovanými prostředky uvedl, že nesouhlasí se zpracováním údajů pro účely politické reklamy, ledaže je žádost opodstatněna podstatnou změnou okolností;
 - b) subjektu údajů, který neudělí svůj souhlas, byla nabídnuta rovnocenná alternativa k využívání online služby bez přijímání politické reklamy.

Článek 19

Dodatečné požadavky na transparentnost týkající se technik cílení a technik doručování reklamních sdělení v souvislosti s online politickou reklamou

1. Při používání technik cílení nebo technik doručování reklamních sdělení v souvislosti s online politickou reklamou zahrnujících zpracování osobních údajů musí správci kromě jiných požadavků stanovených v tomto nařízení a požadavků stanovených v nařízeních (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725 dodržovat tyto požadavky:
 - a) přijmout, zavést a zpřístupnit veřejnosti interní zásady, které jasně a srozumitelným jazykem popíší používání těchto technik, a uchovávat tyto zásady po dobu sedmi let od posledního použití těchto technik;
 - b) vést záznamy o použití takových technik, o příslušných použitých mechanismech a parametrech;

- c) spolu s uvedením, že se jedná o politické reklamní sdělení, poskytnout další informace nezbytné k tomu, aby dotčená osoba mohla pochopit logiku a hlavní parametry použitých technik, včetně toho, zda byl k cílení nebo doručování politického reklamního sdělení použit systém umělé inteligence a jakékoli další analytické metody, včetně těchto prvků:
- i) konkrétní cílové skupiny příjemců, včetně parametrů sloužících k určení příjemců, mezi něž je reklama šířena;
 - ii) kategorie osobních údajů používaných pro techniky cílení nebo techniky doručování reklamních sdělení;
 - iii) cíle, mechanismy a logika cílení, včetně parametrů pro zařazení a vyloučení, a důvody pro volbu těchto parametrů;
 - iv) smysluplné informace o používání systémů umělé inteligence při cílení nebo doručování reklamních sdělení v kontextu politické reklamy;
 - v) období šíření politického reklamního sdělení a počet osob, mezi něž je politické reklamní sdělení šířeno;
 - vi) odkaz nebo jasný údaj o tom, kde lze zásady uvedené v odst. 3 písm. a) snadno vyhledat;

- d) provést každoroční interní posouzení rizik používání technik cílení nebo technik doručování reklamních sdělení ve vztahu k základním právům a svobodám, jehož výsledky se zveřejní;
 - e) poskytnout spolu s politickým reklamním sdělením, pokud není součástí oznámení o transparentnosti požadovaném podle čl. 12 odst. 1 tohoto nařízení, odkaz na účinné prostředky podpory jednotlivců při výkonu jejich práv podle nařízení (EU) 2016/679 nebo případně (EU) 2018/1725, jak jsou použitelná, zejména odkaz na práva jednotlivců na změnu osobních údajů nebo případně na odvolání souhlasu, který má obsahovat odkaz na rozhraní umožňující výkon těchto práv.
- 2. Správce, který není vydavatelem politické reklamy, zajistí, aby informace uvedené v odst. 1 písm. c) a e) byly sděleny vydavateli politické reklamy, aby vydavatel politické reklamy mohl splnit své povinnosti podle tohoto nařízení. Informace se předávají včas a přesným způsobem v souladu s osvědčenými postupy a odvětvovými normami, a to prostřednictvím standardizovaného automatizovaného procesu, je-li to technicky možné.
 - 3. Poskytovatelé služeb politické reklamy v případě potřeby předávají správcům informace nezbytné ke splnění povinností podle odstavců 1 a 2.
 - 4. Informace, které mají být poskytnuty v souladu s odst. 1 písm. c) a e) a odstavci 2 a 3, se předkládají ve formátu, který je snadno přístupný, a pokud je to technicky možné rovněž strojově čitelný, jasně viditelný a uživatelsky přívětivý, včetně použití srozumitelného jazyka.

5. Komisi je svěřena pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci v souladu s článkem 28 za účelem změny tohoto nařízení přidáním bodů do seznamu bodů v odstavci 1 tohoto článku s ohledem na technologický vývoj, tržní praxi, vývoj v příslušném vědeckém oboru a vývoj v oblasti dohledu ze strany příslušných orgánů a relevantní pokyny vydané příslušnými subjekty.

Článek 20

Předávání informací o cílení nebo doručování online politických reklamních sdělení dalším zúčastněným subjektům

Správci přijmou vhodná opatření, aby na žádost zúčastněných subjektů v souladu s čl. 17 odst. 2 bezplatně předali informace uvedené v článku 19.

Kapitola IV

Dohled a prosazování

Článek 21

Právní zástupce

1. Poskytovatel služeb, který poskytuje služby politické reklamy v Unii, ale nemá v Unii provozovnu, písemně pověří fyzickou nebo právnickou osobu jako svého právního zástupce v jednom z členských států, kde tento poskytovatel služeb nabízí své služby.

Pověřený právní zástupce se zaregistruje u příslušného orgánu uvedeného v odstavci 4 v členském státě, v němž má bydliště nebo kde je usazen. Za tímto účelem poskytovatelé služeb předloží příslušnému orgánu jméno, poštovní adresu, e-mailovou adresu a telefonní číslo svého právního zástupce. Předložené informace musí být přesné, ve strojově čitelném formátu a musí být aktualizovány.

2. Tento právní zástupce odpovídá za zajištění dodržování povinností podle tohoto nařízení, a aniž je dotčena odpovědnost poskytovatele služeb, či jakékoli soudní řízení, které by mohlo být proti němu zahájeno, může být činěn odpovědným za jakékoli neplnění povinností podle tohoto nařízení. Právní zástupce je adresátem veškeré komunikace se zastupovaným poskytovatelem služeb stanovené v tomto nařízení. Jakákoliv komunikace s právním zástupcem se považuje za komunikaci se zastupovaným poskytovatelem služeb.

3. Poskytovatelé služeb poskytnou svému právnímu zástupci nezbytné pravomoci a dostatečné zdroje k zajištění účinné a včasné spolupráce s příslušnými vnitrostátními orgány a případně s Komisí a k zajištění dodržování rozhodnutí těchto orgánů.
4. Členské státy určí jeden příslušný vnitrostátní orgán odpovědný za vedení veřejně přístupných a strojově čitelných online rejstříků všech právních zástupců registrovaných na jejich území podle tohoto nařízení. Příslušný vnitrostátní orgán zajistí, aby tyto informace byly snadno dostupné a aby byly úplné a pravidelně aktualizované. Členské státy poskytnou Komisi odkazy na příslušné internetové stránky.
5. Komise zřídí a spravuje veřejně dostupný portál odkazující na internetové stránky poskytnuté členskými státy podle odstavce 4.

Článek 22

Příslušné orgány a kontaktní místa

1. Dozorové orgány uvedené v článku 51 nařízení (EU) 2016/679 nebo evropský inspektor ochrany údajů uvedený v článku 52 nařízení (EU) 2018/1725 jsou příslušní ke sledování uplatňování ustanovení článků 18 a 19 tohoto nařízení v oblasti své působnosti. Článek 58 nařízení (EU) 2016/679 a článek 58 nařízení (EU) 2018/1725 se použijí obdobně. Na činnosti, na které se vztahují články 18 a 19 tohoto nařízení, se použije kapitola VII nařízení (EU) 2016/679.
2. Evropský sbor pro ochranu osobních údajů uvedený v článku 68 nařízení (EU) 2016/679 z vlastního podnětu nebo na žádost Komise vypracuje pokyny s cílem pomoci dozorovým orgánům uvedeným v nařízení (EU) 2016/679 při posuzování souladu s požadavky tohoto nařízení.

3. Členské státy určí příslušné orgány, které budou dohlížet na to, zda poskytovatelé zprostředkovatelských služeb ve smyslu nařízení (EU) 2022/2065 plní své případné povinnosti stanovené v člancích 7 až 17 a článku 21 tohoto nařízení. Příslušné orgány určené podle nařízení (EU) 2022/2065 mohou být rovněž jedním z orgánů příslušných k dohledu nad dodržováním povinností stanovených v člancích 7 až 17 a článku 21 tohoto nařízení ze strany online zprostředkovatelů. Koordinátor digitálních služeb uvedený v článku 49 nařízení (EU) 2022/2065 v každém členském státě odpovídá za zajištění koordinace na vnitrostátní úrovni, pokud jde o poskytovatele „zprostředkovatelských služeb“, jak jsou vymezeni v nařízení (EU) 2022/2065. Pro záležitosti týkající se uplatňování tohoto nařízení, pokud jde o poskytovatele zprostředkovatelských služeb, se použijí ustanovení článku 49, 58 odst. 1 až 4 a čl. 60 odst. 1 nařízení (EU) 2022/2065. Článek 51 nařízení (EU) 2022/2065 se použije obdobně, pokud jde o pravomoci příslušných orgánů určených podle tohoto odstavce.
4. Každý členský stát určí jeden nebo více příslušných orgánů odpovědných za uplatňování a prosazování aspektů tohoto nařízení, které nejsou uvedeny v odstavcích 1 a 3 tohoto článku. Tyto příslušné orgány se mohou lišit od orgánů uvedených v odstavcích 1 a 3 tohoto článku a mohou být stejné jako orgány uvedené v článku 30 směrnice 2010/13/EU. Každý příslušný orgán určený podle tohoto odstavce je strukturálně zcela nezávislý na odvětví i na jakémkoli vnějším zásahu nebo politickém tlaku. Jedná zcela nezávisle a účinně sleduje a přijímá nezbytná a přiměřená opatření k zajištění dohledu, dodržování a prosazování tohoto nařízení.

5. Příslušné orgány uvedené v odstavci 4 mají při plnění svých úkolů v souvislosti s tímto nařízením pravomoc:
- a) požadovat zejména od daného zadavatele nebo poskytovatelů služeb politické reklamy přístup k údajům, dokumentům nebo jakýmkoli nezbytným informacím, které mají příslušné orgány použít pouze pro účely sledování a posuzování dodržování tohoto nařízení v souladu s příslušnými právními předpisy o ochraně osobních údajů a ochraně důvěrných informací;
 - b) vydávat varování určená poskytovatelům služeb politické reklamy ohledně nedodržování povinností podle tohoto nařízení;
 - c) nařídit ukončení porušování předpisů a požadovat od zadavatelů nebo poskytovatelů služeb politické reklamy, aby přijali opatření nezbytná k dodržování tohoto nařízení;
 - d) uložit nebo požádat soudní orgán o uložení pokut nebo finančních sankcí nebo případně jiných finančních opatření;
 - e) případně opakovaně ukládat pokuty nebo požádat soudní orgán ve svém členském státě, aby tak učinil;
 - f) případně uložit nápravná opatření, která jsou úměrná takovému protiprávnímu jednání a nezbytná k jeho účinnému ukončení, nebo požádat soudní orgán ve svém členském státě, aby tak učinil;

- g) zveřejnit prohlášení, které identifikuje právnickou nebo právnické osoby a fyzickou nebo fyzické osoby odpovědné za porušení povinnosti stanovené tímto nařízením a povahu tohoto porušení;
 - h) provádět kontroly nebo požádat soudní orgán ve svém členském státě o nařízení nebo povolení kontrol v prostorách, které poskytovatelé služeb politické reklamy využívají pro účely související s jejich živností, podnikáním, řemeslem nebo povoláním, nebo požádat jiné orgány veřejné správy o provedení těchto kontrol za účelem přezkoumání, zabavení, pořízení nebo získání kopií informací týkajících se údajného protiprávního jednání v jakékoli formě, bez ohledu na paměťové médium;
6. Členské státy zajistí, aby příslušné vnitrostátní orgány měly všechny prostředky nezbytné k plnění svých úkolů podle tohoto nařízení, včetně dostatečných technických, finančních a lidských zdrojů, a mohly tak odpovídajícím způsobem dohlížet na dodržování předpisů ze strany zadavatelů a poskytovatelů služeb politické reklamy v rámci jejich pravomoci podle tohoto nařízení.
7. Členské státy zajistí, aby na vnitrostátní úrovni existovala účinná a strukturovaná spolupráce a koordinace mezi všemi příslušnými orgány uvedenými v odstavcích 1 až 4, s cílem usnadnit rychlou a bezpečnou výměnu informací o otázkách souvisejících s plněním jejich úkolů a pravomocí v oblasti dohledu a vymáhání pravidel podle tohoto nařízení, včetně oznamování zjištěných porušení, která jsou důležitá pro jiné orgány, sdílení zjištění a odborných znalostí a spolupráce při uplatňování a prosazování příslušných pravidel.

8. Vnitrostátní kontaktní místa určená členskými státy podle odst. 9 druhého pododstavce se pravidelně scházejí na úrovni Unie v rámci sítě vnitrostátních kontaktních míst. Sít' vnitrostátních kontaktních míst slouží v souvislosti se všemi aspekty tohoto nařízení jako platforma pro pravidelnou výměnu informací, osvědčených postupů a strukturovanou spolupráci mezi vnitrostátními kontaktními místy a Komisí. Sít' vnitrostátních kontaktních míst zejména usnadní spolupráci na úrovni Unie, pokud jde o uplatňování a prosazování tohoto nařízení, a ve spolupráci s příslušnými zúčastněnými stranami usnadní přípravu pokynů na podporu zadavatelů a poskytovatelů služeb politické reklamy při dodržování požadavků tohoto nařízení. Sít' vnitrostátních kontaktních míst se schází alespoň dvakrát ročně a v nezbytných případech i na řádně odůvodněnou žádost Komise nebo členského státu. Úzce spolupracuje s Evropskou sítí pro volební spolupráci, skupinou evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby a dalšími příslušnými sítěmi nebo subjekty s cílem usnadnit rychlou a bezpečnou výměnu informací o otázkách souvisejících s dohledem nad tímto nařízením a jeho prosazováním. Komise se účastní jednání sítě vnitrostátních kontaktních míst a poskytuje administrativní podporu.

9. Pokud členský stát určí více než jeden příslušný orgán, zajistí, aby příslušné úkoly těchto orgánů byly jasně vymezeny a aby tyto orgány při plnění svých úkolů úzce a účinně spolupracovaly.

Každý členský stát určí jeden příslušný orgán jako vnitrostátní kontaktní místo na úrovni Unie pro účely všech aspektů tohoto nařízení.

Vnitrostátní kontaktní místa podporují a usnadňují účinnou spolupráci mezi příslušnými vnitrostátními orgány a s vnitrostátními kontaktními místy ostatních členských států.

Členské státy zveřejní kontaktní údaje svých vnitrostátních kontaktních míst. Dotčené členské státy případně sdělí název ostatních příslušných orgánů a jejich úkoly síti vnitrostátních kontaktních míst.

Článek 23

Přeshraniční spolupráce

1. Dodržování tohoto nařízení poskytovateli služeb politické reklamy a zadavateli spadá do pravomoci členského státu, v němž je poskytovatel usazen. Je-li poskytovatel usazen ve více než jednom členském státě, má se za to, že spadá do pravomoci členského státu, v němž má hlavní provozovnu.
2. Aniž je dotčen čl. 22 odst. 1 a 2 a odstavec 1 tohoto článku, poskytují si příslušný orgán či příslušné orgány všech členských států v případě potřeby vzájemnou pomoc a součinnost.

3. Příslušný orgán na základě odůvodněné žádosti jiného příslušného orgánu poskytne tomuto jinému příslušnému orgánu pomoc bez zbytečného odkladu a nejpozději do jednoho měsíce od obdržení žádosti, aby bylo možné účinně, efektivně a konzistentně provádět opatření v oblasti dohledu nebo prosazování uvedená v čl. 22 odst. 5. Příslušný orgán po obdržení odůvodněné žádosti o informace od příslušného orgánu jiného členského státu prostřednictvím vnitrostátních kontaktních míst uvedených v čl. 22 odst. 9 poskytne danému příslušnému orgánu požadované informace bez zbytečného odkladu a nejpozději do 14 dnů od obdržení žádosti. Tato lhůta může být prodloužena na jeden měsíc v případech vyžadujících další šetření nebo informace od více příslušných orgánů.
4. Má-li příslušný vnitrostátní orgán členského státu důvod se domnívat, že toto nařízení bylo na jeho území porušeno, uvědomí o tom příslušný orgán pro hlavní provozovnu poskytovatele a případně jej požádá, aby záležitost posoudil a přijal nezbytná opatření v oblasti vyšetřování a vymáhání uvedená v odstavci 7.

5. Oznámení podle odstavce 4 musí být podložené, řádně odůvodněné a přiměřené a obsahovat alespoň:
- a) informace umožňující identifikaci zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy;
 - b) popis relevantních skutečností, příslušných ustanovení tohoto nařízení a důvodů, proč má oznamující příslušný orgán podezření na porušení tohoto nařízení, případně včetně popisu skutečností, které by umožnily posoudit kritéria stanovená v čl. 25 odst. 4;
 - c) informace o tom, kde lze příslušné politické reklamní sdělení nebo jeho kopii vyhledat;
 - d) jakékoli další informace, které oznamující příslušný orgán považuje za relevantní, případně včetně informací shromážděných z jeho podnětu.
6. Pokud příslušný orgán pro hlavní provozovnu nemá dostatečné informace, aby mohl na základě oznámení uvedeného v odstavci 4 jednat, může si od příslušného orgánu, který učinil oznámení, vyžádat doplňující informace. Jakmile příslušný orgán takovou žádost obdrží, poskytne požadované informace bez zbytečného odkladu.

Lhůta stanovená v odstavci 7 se pozastaví do doby, než budou tyto dodatečné informace poskytnuty.

7. Příslušný orgán pro hlavní provozovnu bez zbytečného odkladu a nejpozději do jednoho měsíce od obdržení oznámení uvedeného v odstavci 4 nebo případně informací uvedených v odstavci 6 sdělí příslušnému orgánu, který oznámení učinil, a síti vnitrostátních kontaktních míst výsledek svého posouzení domnělého porušení předpisů a informace o přijatých nebo zamýšlených opatřeních v rámci vyšetřování nebo prosazování práva s cílem zajistit soulad s tímto nařízením.
8. Pokud se vyšetřování údajného porušení předpisů týká poskytování služeb politické reklamy v jednom nebo více členských státech, v nichž poskytovatel služeb politické reklamy nemá hlavní provozovnu, může příslušný orgán pro hlavní provozovnu zahájit a vést společné vyšetřování za účasti příslušného orgánu nebo orgánů těchto členských států:
- a) z vlastního podnětu a po obdržení souhlasu dožádaného příslušného orgánu nebo orgánů nebo
 - b) na žádost jiného příslušného orgánu nebo orgánů na základě odůvodněného podezření, že služby politické reklamy poskytované poskytovatelem služeb politické reklamy usazeným v členském státě hlavní provozovny porušily toto nařízení nebo podstatně ovlivnily jednotlivce na území příslušného orgánu nebo orgánů, které žádost podaly.

9. Pro účely odstavce 8 poskytne příslušný orgán žádající o zahájení společného vyšetřování druhému příslušnému orgánu nebo orgánům informace uvedené v odstavci 5. Pokud se příslušný orgán rozhodne neúčastnit se společného vyšetřování, poskytne druhému příslušnému orgánu nebo orgánům za tímto účelem odůvodněné vysvětlení.
10. Příslušné orgány při provádění společného vyšetřování spolupracují v dobré víře a vykonávají své vyšetřovací pravomoci nezbytné pro vyšetřování údajného porušení předpisů. Příslušné orgány provádějící společné vyšetřování se vzájemně informují o veškerých relevantních donucovacích opatřeních, která zahájí nebo zamýšlejí zahájit.

Článek 24

Právo podat stížnost

Aniž jsou dotčeny jiné správní postupy nebo soudní opravné prostředky, příslušné orgány se řádně zabývají každým oznámením o možném porušení tohoto nařízení, a na požádání informují osobu nebo subjekt, které oznámení učinily, o opatřeních přijatých v návaznosti na toto oznámení. V průběhu posledního měsíce před konáním voleb nebo referenda se veškerá oznámení přijatá v souvislosti s těmito volbami nebo referendy vyřizují bez zbytečného odkladu.

Příslušné orgány bez zbytečného odkladu postoupí stížnosti, které spadají do pravomoci jiného příslušného orgánu v jiném členském státě, tomuto příslušnému orgánu.

Článek 25

Sankce

1. Členské státy stanoví pravidla pro ukládání sankcí nebo jiná opatření podle potřeby, která se vztahují na zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy za porušení článků 5 až 17, 20 a 21, a přijmou veškerá opatření nezbytná k zajištění jejich včasného provedení.

Stanovené sankce musí být účinné, přiměřené a odrazující. Při stanovování pravidel pro ukládání sankcí zohlední členské státy pravidla upravující svobodu tisku a svobodu projevu v jiných médiích a pravidla nebo kodexy upravující novinářskou profesi.

2. Maximální výše finančních trestů, které mohou být uloženy, je založena na ekonomických možnostech subjektu, na nějž se sankce vztahují, a činí:
 - a) 6 % ročního příjmu nebo rozpočtu zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy, podle toho, která hodnota je nejvyšší, nebo
 - b) 6 % ročního celosvětového obrátu zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy v předchozím účetním období.
3. Členské státy do ... [21 měsíců od vstupu tohoto nařízení v platnost] uvědomí o takových pravidlech a opatřeních Komisi a neprodleně ji informují o veškerých pozdějších změnách těchto pravidel a opatření.

4. Při rozhodování o druhu sankce a její výši se v každém jednotlivém případě náležitě zohlední mimo jiné tyto skutečnosti:
- a) povaha, závažnost, opakování a délka trvání porušení;
 - b) zda k porušení došlo úmyslně, nebo z nedbalosti;
 - c) veškerá opatření přijatá ke zmírnění případných škod;
 - d) případná předchozí porušení předpisů a jakákoli jiná přitěžující nebo polehčující okolnost vztahující se na daný případ;
 - e) míra spolupráce s příslušným orgánem a
 - f) případně velikost a ekonomické možnosti subjektu, na nějž se sankce vztahují.
5. Porušení článků 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 a 18 se považuje za zvlášť závažné, týká-li se politické reklamy zveřejněné nebo šířené během posledního měsíce před konáním voleb nebo referenda a určené občanům v členském státě, v němž se příslušné volby nebo referendum konají. Členské státy mohou rovněž opakovaně ukládat pokuty s cílem přinutit zadavatele, poskytovatele služeb politické reklamy a vydavatele politické reklamy, aby ukončili závažné a opakované porušování tohoto nařízení.
6. Za porušení povinností stanovených v člancích 18 a 19 tohoto nařízení mohou dozorové orgány uvedené v článku 51 nařízení (EU) 2016/679 v rámci svých pravomocí uložit pokuty v souladu s článkem 83 nařízení (EU) 2016/679 až do výše uvedené v čl. 83 odst. 5 uvedeného nařízení.

7. Za porušení povinností stanovených v člancích 18 a 19 tohoto nařízení může evropský inspektor ochrany údajů uvedený v článku 52 nařízení (EU) 2018/1725 v rámci svých pravomocí uložit pokuty v souladu s článkem 66 nařízení (EU) 2018/1725 až do výše uvedené v čl. 66 odst. 3 uvedeného nařízení.
8. Členské státy každoročně podají Komisi zprávu o sankcích uložených pro účely vymáhání ustanovení tohoto nařízení, zejména o druhu uložených sankcí a výši pokut a finančních trestů. Komise tyto informace zohlední při vypracovávání zprávy požadované podle článku 27.

Článek 26

Zveřejňování termínů voleb a referend

1. Členské státy zveřejní na snadno přístupném místě termíny voleb a referend a případně termíny období voleb společně s vhodným odkazem na toto nařízení.
2. Komise zajistí portál, jehož prostřednictvím členské státy zveřejní termíny svých voleb, referend a případně termínů období voleb neprodleně po jejich vyhlášení. Portál bude veřejně přístupný.

Kapitola V

Závěrečná ustanovení

Článek 27

Hodnocení a přezkum

Do dvou let po každých volbách do Evropského parlamentu předloží Komise Evropskému parlamentu a Radě zprávu o hodnocení a přezkumu tohoto nařízení. Uvedená zpráva se zveřejní a posoudí se v ní, zda je potřeba toto nařízení změnit, zejména pokud jde o:

- a) oblast působnosti tohoto nařízení a definici politické reklamy v čl. 3 bodu 2;
- b) účinnost tohoto nařízení, pokud jde o konkrétní prostředky politické reklamy;
- c) účinnost opatření týkajících se transparentnosti, zejména prohlášení a mechanismů k identifikaci politické povahy reklamní služby nebo reklamního sdělení, jak je stanoveno v člancích 7 a 8;
- d) účinnost pravidel omezujících zpracovávání osobních údajů pro účely technik cílení a technik doručování reklamních sdělení;
- e) účinnost struktury dohledu a vymáhání, jakož i druh a výši sankcí uložených členskými státy;

- f) dopad tohoto nařízení na mediální subjekty, které splňují podmínky pro mikropodniky a malé a střední podniky podle čl. 3 odst. 1, 2 a 3 směrnice 2013/34/EU;
- g) účinnost tohoto nařízení s ohledem na technologický, vědecký a jiný vývoj;
- h) vzájemné působení tohoto nařízení s právními akty Unie uvedenými v čl. 2 odst. 3;
- i) pokrok dosažený při zřizování evropského archivu a jeho následném fungování.

Článek 28

Výkon přenesené pravomoci

1. Pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci je svěřena Komisi za podmínek stanovených v tomto článku.
2. Pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci uvedená v čl. 12 odst. 6 a čl. 19 odst. 5 je svěřena Komisi na dobu čtyř let od ... [den vstupu tohoto nařízení v platnost]. Komise vypracuje zprávu o přenesení pravomoci nejpozději devět měsíců před koncem tohoto čtyřletého období. Přenesení pravomoci se automaticky prodlužuje o stejně dlouhá období, pokud Evropský parlament ani Rada nevysloví proti tomuto prodloužení námitku nejpozději tři měsíce před koncem každého z těchto období.

3. Evropský parlament nebo Rada mohou přenesení pravomoci uvedené v čl. 12 odst. 6 a čl. 19 odst. 5 kdykoliv zrušit. Rozhodnutím o zrušení se ukončuje přenesení pravomoci v něm blíže určené. Rozhodnutí nabývá účinku prvním dnem po zveřejnění v *Úředním věstníku Evropské unie*, nebo k pozdějšímu dni, který je v něm upřesněn. Nedotýká se platnosti již platných aktů v přenesené pravomoci.
4. Před přijetím aktu v přenesené pravomoci Komise vede konzultace s odborníky jmenovanými jednotlivými členskými státy v souladu se zásadami stanovenými v interinstitucionální dohodě o zdokonalení tvorby právních předpisů ze dne 13. dubna 2016.
5. Přijetí aktu v přenesené pravomoci Komise neprodleně oznámí současně Evropskému parlamentu a Radě.
6. Akt v přenesené pravomoci přijatý podle čl. 12 odst. 6 nebo čl. 19 odst. 5 vstoupí v platnost, pouze pokud proti němu Evropský parlament nebo Rada nevysloví námitky ve lhůtě dvou měsíců ode dne, kdy jim byl tento akt oznámen, nebo pokud Evropský parlament i Rada před uplynutím této lhůty informují Komisi o tom, že námitky nevysloví. Z podnětu Evropského parlamentu nebo Rady se tato lhůta prodlouží o dva měsíce.

Článek 29

Postup projednávání ve výboru

1. Komisi je nápomocen výbor. Tento výbor je výborem ve smyslu nařízení (EU) č. 182/2011.
2. Odkazuje-li se na tento odstavec, použije se článek 5 nařízení (EU) č. 182/2011.

Článek 30

Vstup v platnost a použitelnost

1. Toto nařízení vstupuje v platnost dvacátým dnem po vyhlášení v *Úředním věstníku Evropské unie*.
2. Použije se ode dne ... [18 měsíců ode dne vstupu tohoto nařízení v platnost]. V rámci oblasti působnosti tohoto nařízení se však článek 3 a čl. 5 odst. 1 použijí ode dne jeho vstupu v platnost.

Toto nařízení je závazné v celém rozsahu a přímo použitelné ve všech členských státech.

Ve Štrasburku dne ...

Za Evropský parlament
předsedkyně

Za Radu
předseda/předsedkyně