



Rada  
Evropské unie

Brusel 13. prosince 2022  
(OR. en)

---

---

**Interinstitucionální spis:  
2021/0381(COD)**

---

---

16013/1/22  
REV 1

AG 159  
COMPET 1027  
INST 460  
PE 154  
DATAPROTECT 360  
FREMP 269  
CONSOM 338  
TELECOM 524  
AUDIO 139  
MI 937  
DISINFO 107  
FIN 1356  
CODEC 2009

#### VÝSLEDEK JEDNÁNÍ

---

Odesílatel:	Generální sekretariát Rady
Příjemce:	Delegace
Č. předchozího dokumentu:	15669/22
Č. dok. Komise:	14374/21 + COR 1 + COR 1 REV 1; + ADD 1 + COR 1 + ADD 1 COR 1 REV 1; + ADD 2 to 4 - COM(2021) 731 final
Předmět:	Návrh NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY o transparentnosti a cílení politické reklamy – obecný přístup

---

Delegace naleznou v příloze této poznámky znění obecného přístupu, na němž se dohodla Rada pro obecné záležitosti na zasedání dne 13. prosince 2022.

Návrh

**NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY  
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 výboru<sup>1</sup>,

s ohledem na stanovisko Výboru regionů<sup>2</sup>,

v souladu s řádným legislativním postupem,

---

<sup>1</sup> Úř. věst. C , , s. .

<sup>2</sup> Úř. věst. C , , s. .

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, platforem 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, propagace v žebříčcích, propagace věci nebo osoby začleněním do obsahu v podobě např. umístění produktu (tzv. product placement), propagace influencery a další podpory. Související činnosti mohou zahrnovat například šíření politické reklamy na žádost zadavatele nebo zveřejnění obsahu za úplatu.
- (2) Politickou reklamu lze různými prostředky a prostřednictvím různých médií šířit nebo zveřejňovat i přes hranice. Lze ji šířit nebo zveřejňovat prostřednictvím tradičních offline médií, jako jsou noviny, televize a rozhlas, a stále častěji také prostřednictvím online platforem, internetových stránek, mobilních aplikací, počítačových her a jiných digitálních rozhraní. U reklamy nabízené prostřednictvím těchto online platforem vidíme nejen silný sklon k jejímu šíření přes hranice, ale také nové a náročné výzvy v oblasti regulace a jejího prosazování. Míra používání online politické reklamy výrazně roste a některé lineární offline formy politické reklamy, jako např. její vysílání v rozhlase a televizi, jsou také 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 „SFEU“). 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 SFEU zohlední orgány Unie potřeby osob se zdravotním postižením.

(4) Potřeba zajistit transparentnost je legitimním veřejným cílem, který je v souladu s hodnotami sdílenými EU a jejími členskými státy podle článku 2 Smlouvy o Evropské unii (SEU). Pro občany není vždy snadné rozpoznat politickou reklamu a uplatňovat svá demokratická práva informovaným způsobem. ***Čím dál větší propracovanost dezinformací, různorodost subjektů, rychlý vývoj nových technologií a intenzivnější šíření manipulativního vměšování představují pro Unii a členské státy významné výzvy. Politická reklama může být nositelem dezinformací zejména v případech, kdy reklama otevřeně neprezentuje, že je politické povahy, a když je cílená nebo byl zvýšen její dosah.*** Vysoká úroveň transparentnosti je nezbytná mimo jiné pro podporu otevřené a spravedlivé politické diskuse ***při zajišťování demokratických politických kampaní***, dále pro podporu svobodných a spravedlivých voleb nebo referend a pro boj proti dezinformacím a nezákonnému vměšování, a to i ze zahraničí. [...]. Transparentnost politické reklamy přispívá k tomu, aby voliči lépe pochopili, kdy je jim prezentována politická reklama, pro koho byla vytvořena a jakým způsobem je na ně poskytovatelem reklamních služeb cílena, aby se mohli informovaněji rozhodovat.

***(4a) Cílem tohoto nařízení je zajistit, aby byla politická reklama poskytována při plném dodržování základních práv, včetně mimo jiné práv na ochranu údajů.***

- (5) V souvislosti s politickou reklamou *se často využívají* metody cílení a zvyšování dosahu *založené na zpracování osobních údajů, včetně pozorovaných a odvozených osobních údajů, jako jsou údaje odhalující politické názory a další zvláštní kategorie údajů* [...]. Metody cílení [...] by měly být chápány jako metody, které se používají buď k tomu, aby se [...] politická reklama zobrazovala pouze konkrétní osobě nebo skupině osob, *obvykle s individualizovaným [...] obsahem, na základě zpracování osobních údajů, bez ohledu na to, jak byly osobní údaje získány. Metody zvyšování dosahu, které zahrnují širokou škálu metod optimalizace a doručování, mají za cíl* [...] zvýšit oběh, dosah nebo viditelnost politické reklamy *na základě zpracování osobních údajů, a to bez ohledu na to, jak byly osobní údaje získány.* S ohledem na to, jak silným nástrojem je cílení, a to *včetně* [...] mikrocílení a jiných pokročilých metod, co do možného zneužití osobních údajů a jaký má v této souvislosti potenciál, mohou tyto metody představovat zvláštní hrozbu pro oprávněné veřejné zájmy, jako jsou spravedlnost, rovné příležitosti a transparentnost ve volebním procesu, a základní právo být informován objektivním, transparentním a pluralitním způsobem.
- (6) Politická reklama je v současné době v členských státech regulována různorodě a v mnoha případech se regulace zaměřuje spíše na tradiční média. Existují určitá omezení, včetně omezení přeshraničního poskytování služeb politické reklamy. Některé členské státy zakazují subjektům poskytujícím služby v EU, které jsou usazeny v jiných členských státech, poskytovat během období voleb služby politické povahy nebo s politickým cílem. Zároveň je pravděpodobné, že ve vnitrostátních předpisech 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.
- (7) V zájmu 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 reklamy zveřejňované a šířené online a mohou zahrnovat další zákazy. Mají různou intenzitu od měkkých až po závazná opatření a zahrnují různé prvky transparentnosti.

- (8) Tato situace vede k roztržitosti vnitřního trhu, oslabuje právní jistotu poskytovatelů služeb politické reklamy, kteří připravují, umisťují, *propagují*, zveřejňují nebo šíří politickou reklamu, 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.
- (9) 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, umístěním, *propagací*, zveřejňováním 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.
- (10) 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 stanovením jednotných povinností transparentnosti pro poskytovatele služeb politické reklamy, které zaručují jednotnou ochranu práv osob a dohled na celém vnitřním trhu na základě článku 114 SFEU.
- (11) 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, včetně zejména více či méně přísných ustanovení za účelem zajištění odlišné úrovně transparentnosti politické reklamy. Úplná harmonizace požadavků na transparentnost spojených s politickou reklamou zvyšuje právní jistotu a snižuje roztržitost povinností, které poskytovatelé služeb v souvislosti s politickou reklamou plní.

- (12) Úplnou harmonizací požadavků na transparentnost by neměla být dotčena svoboda poskytovatelů služeb politické reklamy poskytovat dobrovolně další informace o politické reklamě, *například míru prokliku na konkrétní online politickou reklamu*, v rámci svobody projevu a *informací* chráněné článkem 11 Listiny základních práv.
- (13) Toto nařízení *se omezuje na harmonizaci pravidel týkajících se transparentnosti a cílení a zvyšování dosahu politické reklamy. Nedotýká se [...] [...] obsahu politických reklam[...] ani pravidel Unie či členských států, jež upravují aspekty související s politickou reklamou kromě těch, jež spadají pod toto nařízení. Tímto nařízením jako takovým se nemění pravidla upravující vedení a financování politických kampaní, včetně všeobecných zákazů či omezení politických reklam během konkrétních období, dob zákazu volební agitace, darů jednotlivých dárců kampaně nebo zákazů týkajících se použití komerční reklamy pro účely volební kampaně.*[...] [...]
- (13a) *Při uplatňování a prosazování tohoto nařízení by se v souladu se zásadou proporcionality měly zohledňovat konkrétní potřeby mikropodniků a malých a středních podniků. Pojem mikropodniky a malé a střední podniky by se měl chápat ve smyslu čl. 3 odst. 1 až 3 směrnice 2013/34/EU.*

(14) Nařízení by mělo stanovit harmonizované požadavky transparentnosti pro hospodářské subjekty poskytující politickou reklamu a související služby (tj. činnosti, které jsou obvykle poskytovány za úplat,  **která může zahrnovat i věcné plnění**); tyto služby spočívají zejména v přípravě, umístění, propagaci, zveřejňování a šíření politické **reklamy** [...]. Pravidla obsažená v tomto nařízení, která stanoví vysokou úroveň transparentnosti služeb politické reklamy, vycházejí z ustanovení článku 114 SFEU. Toto nařízení by se mělo rovněž zabývat používáním metod cílení a zvyšování dosahu v souvislosti s [...] politickou reklamou, které jsou **založeny na** [...] zpracování osobních údajů, **bez ohledu na to, zda se jedná o službu**. Pravidla obsažená v tomto nařízení, která se týkají používání cílení a zvyšování dosahu, vycházejí z ustanovení článku 16 SFEU. Koncept politické reklamy určené jednotlivcům v členském státě by měl zahrnovat reklamu, kterou v plném rozsahu připravili, umístili, **propagovali**, [...] zveřejnili **nebo šířili** poskytovatelé služeb usazení mimo Unii, ale která se zobrazuje jednotlivcům v Unii. Při určování toho, zda je politická reklama zaměřena na jednotlivce v členském státě, je třeba zohlednit faktory, které ji s tímto členským státem spojují, včetně jazyka, kontextu, cíle reklamy a způsobu jejího šíření.

**(14a) Při uplatňování tohoto nařízení by se měla v souladu s unijním právem zohlednit specifika sdělovacího prostředku pro zveřejňování nebo šíření politické reklamy, a to zejména za účelem přizpůsobení podmínek televizi, rozhlasu a případně novinám.**

(15) Definice politické reklamy na úrovni Unie v současné době neexistuje. Pro stanovení oblasti působnosti harmonizovaných povinností týkajících se transparentnosti a pravidel pro cílení a zvyšování dosahu je zapotřebí jednotná definice. Tato definice by měla zohledňovat skutečnost, že politická reklama může mít mnoho různých podob, a také všechny prostředky a způsoby zveřejnění nebo šíření v Unii, bez ohledu na to, zda se zdroj nachází v Unii nebo ve třetí zemi.



- (16) Definice politické reklamy by měla zahrnovat reklamu *připravenou, umístěnou, propagovanou*, zveřejněnou nebo šířenou přímo nebo nepřímo politickým subjektem nebo *připravenou, umístěnou, propagovanou*, zveřejněnou nebo šířenou přímo nebo nepřímo za politický subjekt nebo jeho jménem. *Politická reklama je obvykle přímo nebo nepřímo pod kontrolou zadavatele, což může být politický subjekt, který zejména může být schopen určit politickou povahu, obsah nebo zveřejnění politické reklamy, která je připravována, umíst'ována, propagována, zveřejňována nebo šířena. V konečném důsledku může někdy účinnou kontrolu nad příslušným rozhodováním zadavatele vykonávat jiný subjekt, a to poskytováním finančních prostředků nebo jinými formami kontroly, včetně kontroly podnikové. Proto by mělo být zajištěno, aby se na takové situace vztahovaly normy transparentnosti stanovené tímto nařízením.* Vzhledem k tomu, že reklamy publikované politickým subjektem, za politický subjekt nebo jeho jménem nelze oddělit od jeho činnosti v roli politického subjektu, lze předpokládat, že mohou ovlivnit politickou diskusi, s výjimkou sdělení čistě soukromé nebo čistě obchodní povahy. *Aby bylo možné určit, zda je sdělení čistě soukromé nebo čistě obchodní povahy, je třeba vzít v úvahu všechny relevantní faktory, jako je jeho obsah, jazyk použitý k předání sdělení, kontext, v němž je sdělení předáváno, včetně období šíření, cíl sdělení a prostředky, jimiž je sdělení propagováno, zveřejňováno nebo šířeno, a cílová skupina. Za čistě soukromá by neměla být považována sdělení pro politický subjekt nebo jeho jménem, propagovaná, zveřejněná nebo šířená potenciálně neomezenému počtu třetích stran.*

- (17) Za politickou reklamu by měla být rovněž považována **propagace**, zveřejnění nebo šíření sdělení ze strany jiných subjektů, které může ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, **nebo chování voličů, nebo** legislativní nebo regulační proces [...] [...], na **úrovni unijní, vnitrostátní, regionální, místní nebo na úrovni politické strany**, a je k tomuto cíli **určeno. Mezi sdělením a jeho potenciálem ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, legislativní nebo regulační proces nebo chování voličů by měla existovat jasná a podstatná vazba.** Aby bylo možné určit, **zda taková vazba existuje**, [...] je třeba zohlednit všechny relevantní faktory, jako je **zadavatel sdělení**, obsah sdělení, jazyk použitý k jeho předání, kontext, v němž je sdělení předáváno, **včetně období šíření, jako je období voleb**, cíl sdělení, [...] prostředky, jimiž je sdělení **propagováno**, zveřejněno nebo šířeno, a **cílová skupina**. Sdělení týkající se společenských nebo kontroverzních otázek (tzv. „**tematická reklama**“) mohou [...] ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, legislativní nebo regulační proces nebo chování voličů, **a mohou být k tomuto cíli určena.**
- (18) **V zájmu účinné komunikace s širokou veřejností by veřejná sdělení ze strany jakéhokoli orgánu veřejné moci členského státu, 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 jejich účelem není ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování voličů nebo legislativní nebo regulační proces. Podobně by se za politickou reklamu rovněž neměly považovat praktické informace z oficiálních zdrojů členských států nebo Unie týkající se výhradně pořádání a způsobu účasti ve volbách nebo referendech, včetně kandidatur a otázek položených v referendu.**

- (18a) *Toto nařízení by se nemělo použít v případech, kdy je pro prezentaci kandidátů zákonem výslovně stanoven určitý veřejný prostor a je přidělován bezplatně, například přidělením prostoru v obcích a jiných veřejných prostorách nebo přidělením určitého vysílacího času v televizi, a to pokud se tak děje spravedlivým a nediskriminačním způsobem na základě transparentních a objektivních kritérií.*
- (19) Do působnosti tohoto nařízení by neměly spadat politické *názory* [...] vyjádřené v *jakýchkoli médiích v rámci redakční odpovědnosti, včetně, ale ne výhradně*, v rámci programů audiovizuálních *mediálních služeb ve smyslu čl. 1 odst. 1 písm. a) směrnice 2010/13/EU*, v lineárním *nebo nelineárním rozhlasovém vysílání* [...], [...] zveřejněné v tištěných *nebo online* sdělovacích prostředcích, *ledaže je za vyjádření takového politického názoru [...] nebo v souvislosti s tímto vyjádřením poskytována zvláštní odměna.*
- (20) Pro účely tohoto nařízení by se volbami měly rozumět volby do Evropského parlamentu, jakož i všechny volby nebo referenda pořádané na vnitrostátní, regionální a místní úrovni v členských státech a volby do vedení politických stran. Neměly by zahrnovat jiné formy voleb, jako jsou například *profesní nebo* soukromě organizovaná hlasování.
- (21) Politickou reklamu je nutné definovat jako akt politické propagace. Součástí reklamy jsou prostředky, kterými se reklamní sdělení předává, a to např. v tištěné podobě, vysíláním nebo prostřednictvím online platformy.
- (22) Politické subjekty ve smyslu tohoto nařízení by měly odkazovat na pojmy definované v právu Unie a ve vnitrostátním právu v souladu s mezinárodními právními nástroji, jako jsou nástroje Rady Evropy. Koncept politických *subjektů* [...] by měl zahrnovat [...] přidružené a dceřiné subjekty *politické strany* založené, s právní subjektivitou nebo bez ní, aby *ji* [...] podpořily nebo sledovaly *její* [...] cíle, například jednáním s určitou skupinou voličů nebo za účelem konkrétních voleb.

- (23) Koncept politických subjektů by měl rovněž zahrnovat *kandidáty na jakékoli volené funkce nebo osoby tyto funkce vykonávající* [...], [...] [...] a *členy vlád členských států* na [...] vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni *nebo některých evropských orgánů, s výjimkou Soudního dvora Evropské unie, Evropské centrální banky a Účetního dvora.* [...].
- (24) Jako reklamní kampaň by se měla označovat příprava, **umístění, propagace**, zveřejnění a šíření řady vzájemně souvisejících reklam v rámci jedné zakázky na politickou reklamu na základě jednotné přípravy, zadání a financování. [...].
- (25) Definice politické reklamy by neměla mít vliv na vnitrostátní definice politické strany, politické cíle, nebo kampaně, **ani měnit pravidla pro vedení kampaně** [...], na vnitrostátní úrovni ani do nich zasahovat.
- (25a) *Definice politického subjektu nezasahuje do vnitrostátních pravidel týkajících se toho, kdo může vést politickou kampaň, a neměla by členským státům ukládat povinnost tato pravidla definovat.*
- (26) 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 **nebo** [...] šíření politické **reklamy**[...]. *Poskytovateli služeb politické reklamy ve smyslu tohoto nařízení by se neměli rozumět poskytovatelé, kteří ve vztahu ke službám politické reklamy poskytují čistě doplňkové služby. Doplňkové služby jsou služby, které obvykle závisejí na službě politické reklamy a doplňují ji, ale nemají přímý vliv na její obsah nebo prezentaci ani přímou kontrolu nad její přípravou, umístěním, propagací, zveřejněním nebo šířením. K těmto službám patří například poštovní služby, tiskařské služby, grafický, zvukový nebo fotografický design, služby „prostého přenosu“, služby „ukládání do mezipaměti“ nebo služby „cloud computingu“ ve smyslu nařízení (EU) 2022/xxx [akt o digitálních službách].*

- (26a) *Vydavateli politické reklamy by se měli rozumět poskytovatelé služeb politické reklamy, obvykle na konci řetězce poskytovatelů služeb, kteří politickou reklamu zveřejňují a šíří vysíláním, zpřístupňováním prostřednictvím rozhraní nebo ji jinak veřejně šíří.*
- (26b) *Zadavatelem by se měla rozumět osoba nebo subjekt, jehož jménem je politická reklama připravována, umíst'ována, propagována, zveřejňována nebo šířena, například jednotlivý kandidát ve volbách, registrovaná třetí osoba nebo politická strana, a který je zpravidla osobou nebo subjektem, který za služby politické reklamy poskytuje odměnu.*
- (27) Pojem „služby politické reklamy“ by neměl zahrnovat sdělení, která sdílejí fyzické osoby výhradně samy za sebe. Fyzické osoby by **však** neměly být považovány za osoby jednající samy za sebe, pokud zveřejňují sdělení, jejichž šíření nebo zveřejnění hradí **třetí strana**[...].
- (28) Jakmile **zadavatel prohlásí, že se jedná o reklamu** [...] [...] politickou [...], měla by tato skutečnost být jasně sdělena ostatním poskytovatelům služeb, kteří se podílejí na službách politické reklamy. **Zadavatel by měl toto prohlášení učinit v dobré víře.** Jakmile je navíc [...] **reklama** [...] označena za reklamu politickou [...], mělo by být její další šíření stále v souladu s požadavky na transparentnost. Například i v případě, že je **politická reklama vymezená v tomto nařízení** [...] sdílena organicky, měla by být označena jako politická reklama. **V rámci smlouvy by z nečinnosti v dobré víře měla vyplývat smluvní odpovědnost.**

- (28a) Vzhledem k tomu, jak je důležité zaručit zejména účinnost požadavků na transparentnost, by zadavatelé a poskytovatelé služeb politické reklamy jednající jménem zadavatelů měli v dobré víře předávat příslušné informace úplným a přesným způsobem a bez zbytečného prodlení, aby ostatním poskytovatelům služeb politické reklamy v řetězci umožnili dodržet povinnosti stanovené tímto nařízením. V případě, že je daný vydavatel politické reklamy jediným poskytovatelem služeb politické reklamy, měl by zadavatel tomuto vydavateli politické reklamy tuto informaci sdělit. V případě, že jsou prohlášení nebo informace zjevně chybné, poskytovatelé reklamních služeb by měli požádat zadavatele a poskytovatele reklamních služeb jednající jménem zadavatelů, aby své prohlášení opravili.*
- (28b) Prohlášení nebo informace by se měly považovat za zjevně chybné, pokud je to zřejmé z obsahu reklamy, totožnosti zadavatele či z kontextu, v němž je příslušná služba poskytována, a to bez dalšího ověření nebo zjišťování faktů.*
- (29) Pravidla transparentnosti stanovená v tomto nařízení by se měla vztahovat pouze na služby politické reklamy, tj. na politickou reklamu, která je obvykle poskytována za úplatu, která může zahrnovat i věcné plnění. Požadavky na transparentnost by se neměly vztahovat na obsah nahraný uživatelem online zprostředkovatelské služby, jako je online platforma, a šířený danou online zprostředkovatelskou službou bez odměny za umístění, zveřejnění nebo šíření konkrétního sdělení, ledaže by byl uživatel za politickou reklamu odměněn třetí stranou.
- (30) Požadavky na transparentnost by se rovněž neměly vztahovat na sdílení informací prostřednictvím služeb elektronické komunikace, jako jsou elektronické zprávy nebo telefonní hovory, pokud se nejedná o poskytování služeb politické reklamy.

(31) Svoboda projevu a **informací**, která je chráněna článkem 11 Listiny základních práv, 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 základních práv. **Tato** [...] [...] svoboda může podléhat změnám a omezením, pokud jsou odůvodněna uplatňováním oprávněného veřejného zájmu a jsou v souladu s obecnými zásadami unijního práva, jako je proporcionalita a právní jistota. Tak je tomu také v případě, kdy jsou politické myšlenky sdělovány prostřednictvím poskytovatelů reklamních služeb.

**(31a) 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, zejména ke svobodě tisku a svobodě projevu v jiných sdělovacích prostředcích, které vyplývají z ústavních tradic, nebo s pravidly určujícími práva a povinnosti tisku a jiných sdělovacích prostředků a procesní záruky pro ně, pokud se tato pravidla vztahují k určení nebo omezení odpovědnosti.**

(32) Pokud jde o zprostředkovatele online, nařízení (EU) 2022[...]/XX [akt o digitálních službách] se vztahuje na politické reklamy zveřejněné nebo šířené internetovými zprostředkovateli prostřednictvím horizontálních pravidel platných pro všechny typy online reklamy, včetně komerčních a politických reklam. Na základě definice politické reklamy stanovené v tomto nařízení je vhodné podrobněji definovat požadavky na transparentnost stanovené pro vydavatele reklamy spadající do oblasti působnosti nařízení (EU) 2022[...]/XX [akt o digitálních službách], zejména pro velmi velké **online** platformy. To se týká zejména informací ohledně financování politických reklam. Požadavky tohoto nařízení nebudou ustanoveními aktu o digitálních službách dotčeny, a to ani pokud jde o povinnost posuzování rizik a snižování rizik u velmi velkých online platform týkající se jejich reklamních systémů.

- (33) Příprava, umístění, propagace, zveřejňování a šíření politické **reklamy** [...] může zahrnovat komplexní řetězec poskytovatelů služeb. Tak je tomu zejména v případech, kdy může docházet k tomu, že výběr reklamního obsahu, výběr kritérií cílení a **zvyšování dosahu**, poskytování údajů použitých pro cílení a **zvyšování dosahu** reklamy, ustanovení týkající se metod cílení a **zvyšování dosahu**, dodání reklamy a její šíření mohou zajišťovat různí poskytovatelé služeb. Například automatizované služby mohou pomoci se spárováním profilu uživatele rozhraní s dodaným reklamním obsahem, přičemž mohou využívat osobní údaje shromážděné přímo od uživatele služby a z chování uživatele na internetu, jakož i odvozené údaje.
- (34) Vzhledem k tomu, jak je důležité zaručit zejména účinnost požadavků na transparentnost, včetně usnadnění dohledu nad jejich dodržováním, by poskytovatelé služeb politické reklamy měli zajistit, aby příslušné informace, které získají při poskytování svých služeb, včetně sdělení, že reklama je politická, **byly úplné a přesné a** byly poskytnuty vydavateli politické reklamy, který politickou reklamou veřejnosti přináší. S cílem podpořit účinné provádění tohoto požadavku a včasné a přesné poskytování těchto informací by poskytovatelé služeb politické reklamy měli **uvedené informace předat současně s poskytnutím příslušné služby a** zvážit a podporovat automatizaci přenosu informací mezi poskytovateli služeb politické reklamy. **Pokud poskytovatel služeb politické reklamy zjistí, že informace, jež předal, byly aktualizovány, měl by zajistit, aby byly tyto aktualizované informace sděleny příslušnému vydavateli politické reklamy.**
- (34a) **Mělo by se mít za to, že poskytovatelé služeb politické reklamy si jsou vědomi toho, že by informace měly být aktualizovány v případě, že zadavatel nebo poskytovatel služeb jednající jeho jménem informuje poskytovatele služeb politické reklamy o příslušné změně. Potřebu aktualizovat informace může prostřednictvím mechanismu oznamování stanoveného v tomto nařízení zjistit také vydavatel politické reklamy.**



- (34b) *Pokud poskytovatelé služeb politické reklamy ve sdělených informacích zjistí zjevnou chybu, nepřesnost nebo neúplnost, měli by vynaložit přiměřené úsilí k tomu, aby zajistili, aby byla tato zjevná chyba, nepřesnost nebo neúplnost opravena, a to zejména pomocí potvrzení informace poskytnuté poskytovatelem služeb politické reklamy nebo případně samotným zadavatelem. To by nemělo představovat obecnou povinnost poskytovatele služeb politické reklamy sledovat pravdivost prohlášení o politické povaze reklamy nebo provádět přílišná či nákladná zjišťování faktů. Přiměřené úsilí se také může odrazit ve smluvních ujednáních mezi poskytovateli služeb politické reklamy a případně se zadavatelem. Předávání informací mezi vydavatelem a zadavatelem, například v případě chybějících informací nebo ukončení politické reklamy, by mělo být umožněno na základě smluvních ujednání mezi poskytovateli služeb a zadavateli.*
- (34c) *Přiměřené úsilí by mělo zahrnovat náležitě pečlivá a objektivní opatření jako například kontaktování dotčeného zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy s cílem zajistit, aby informace doplnili nebo opravili. Měla by se vzít v úvahu povaha a význam chybné nebo chybějící informace ve vztahu k požadavkům stanoveným tímto nařízením.*
- (35) Pokud existuje umělá obchodní nebo smluvní konstrukce spojená s rizikem obcházení povinností transparentnosti stanovených v *tomto* [...]nařízení, měly by se tyto povinnosti vztahovat na subjekt nebo subjekty, které jsou faktickými poskytovateli daných reklamních služeb.
- (36) [...]

- (37) Při stanovování zvláštních požadavků by neměla být žádná z povinností stanovených v tomto nařízení chápána tak, že zprostředkujícím poskytovatelům služeb ukládá obecnou povinnost sledovat politický obsah sdílený fyzickými nebo právníckými osobami, ani tak, že zprostředkujícím poskytovatelům služeb ukládá obecnou povinnost přijímat proaktivní opatření ve vztahu k nezákonnému obsahu nebo aktivitám, které tyto poskytovatelé předávají nebo uchovávají.
- (38) Transparentnost politické reklamy by měla občanům umožnit pochopit, že jsou vystaveni politické reklamě. Vydavatelé politické reklamy by měli zajistit, že bude *společně* s [...] každou politickou reklamou zveřejněno jasné prohlášení v tom smyslu, že se jedná o politickou reklamu, a uvedena totožnost zadavatele. V případě potřeby by jméno zadavatele mohlo obsahovat politické logo. ***Každá politická reklama by měla být případně zpřístupněna spolu s prohlášením v tom smyslu, že byla cílená nebo byl zvýšen její dosah.*** Vydavatelé politické reklamy by měli využívat účinné označování s přihlédnutím k vývoji v příslušném vědeckém oboru a osvědčeným postupům v oblasti zajištění transparentnosti prostřednictvím označování reklamy. ***Prezentace prohlášení a jména zadavatele se může lišit v závislosti na použitých prostředcích. U služeb rozhlasového vysílání lze prohlášení zařadit například před reklamu nebo za ni. Vydavatelé politické reklamy [...] by měli rovněž zajistit, že budou společně s [...] každou politickou reklamou zveřejněny informace, které umožní porozumět širšímu kontextu politické reklamy a jejím cílům, a to buď jako součást reklamy samotné, nebo na internetových stránkách vydavatele, kde budou dostupné prostřednictvím odkazu, kódu rychlé odezvy („kódu QR“), nebo jako rovnocenné jasné a uživatelsky přívětivé instrukce, které budou začleněny do reklamy.***

(39) Tyto informace by měly být poskytnuty v oznámení o transparentnosti, které by mělo rovněž obsahovat totožnost zadavatele a **případně subjektu, který je konečnou ovládající osobou zadavatele**, a umožňovat tak vyvozování odpovědnosti v politickém procesu. Mělo by být jasně 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 nejsou ve spojení se zadavatelem nebo jiným zúčastněným politickým subjektem. Oznámení o transparentnosti by mělo rovněž obsahovat informace o období šíření, o veškerých souvisejících volbách, o částce vynaložené na konkrétní reklamu a celou reklamní kampaň a hodnotě jiných výhod, které představují odměnu za danou reklamu nebo její část, 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 skutečnosti, že pocházejí z Evropské unie, nebo 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. **Oznámení o transparentnosti by mělo být k dispozici bezprostředně v okamžiku, kdy je reklama zveřejněna nebo šířena, a informace, které prezentuje, by se měly případně udržovat v aktualizované podobě.** Oznámení o transparentnosti by mělo dále obsahovat informace o tom, jak označit politickou reklamu v souladu s postupem stanoveným v tomto nařízení. Tímto požadavkem by neměla být dotčena ustanovení o oznamování podle článků 14, 15 a 19 nařízení (EU) 2022[...]XXX [akt o digitálních službách]. **Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli vynaložit přiměřené úsilí k tomu, aby zajistili, že jsou informace úplné a přesné.**

- (40) Informace, které mají být uvedeny v oznámení o transparentnosti, by měly být uvedeny v samotné reklamě nebo by měly být snadno dohledatelné na základě informací uvedených v reklamě. **Prezentace informací se může lišit v závislosti na použitých prostředcích. K tomu, aby bylo možné snadno dohledat informace v oznámení o transparentnosti v reklamě offline, lze využít například vyhrazený odkaz na internetovou stránku, kód rychlé odezvy („kód QR“) nebo rovnocenná uživatelsky přívětivá technická opatření.** Požadavek, aby informace o oznámení o transparentnosti byly mimo jiné jasně viditelné, by měl znamenat, že se informace o oznámení o transparentnosti vyznačují výrazným způsobem v reklamě nebo jsou k ní 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. Příloha I směrnice (EU) 2019/882 (evropský akt o přístupnosti) obsahuje požadavky na přístupnost informací, včetně digitálních informací, které by měly být použity pro zpřístupnění politických informací osobám se zdravotním postižením.
- (41) Oznámení o transparentnosti by měla být navržena tak, aby zvyšovala informovanost uživatelů a pomáhala jasně identifikovat povahu politické reklamy. Měla by být navržena tak, aby zůstala na svém místě, **pokud je to technicky možné**, nebo zůstala dostupná v případě, že se politická reklama dále šíří, například je zveřejněna na jiné platformě nebo si ji vzájemně předávají fyzické osoby. Informace obsažené v oznámení o transparentnosti by měly být zveřejněny při zahájení zveřejňování politické reklamy **a až do konce jejího zveřejňování** [...]. **Vydavatelé politické reklamy by měli uchovávat a na žádost zpřístupňovat svá oznámení o transparentnosti spolu s případnými změnami po dobu pěti let od posledního zveřejnění.** Uchovávané informace by měly rovněž zahrnovat informace o politické reklamě, která byla ukončena nebo kterou vydavatel stáhl. **Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří nejsou velmi velkými online platformami ve smyslu nařízení (EU) 2022/XXX [akt o digitálních službách], by měli mít možnost rozhodnout o formátu, v němž budou tyto informace uchovávat.**

- (42) Vzhledem k tomu, že vydavatelé politické reklamy zpřístupňují politickou reklamu veřejnosti, měli by tyto informace zveřejnit nebo šířit směrem k veřejnosti současně se zveřejněním nebo šířením politické reklamy. ***Pokud vydavatel politické reklamy jakýmkoli způsobem zjistí, že politická reklama nesplňuje požadavky na transparentnost podle tohoto nařízení, například na základě oznámení fyzické osoby, měl by vynaložit přiměřené úsilí k tomu, aby byly požadavky podle tohoto nařízení splněny. V případě, že informace nelze bez zbytečného odkladu doplnit [...] nebo opravit, neměli by vydavatelé politické reklamy politickou reklamu, která nesplňuje požadavky na transparentnost podle tohoto nařízení, zpřístupňovat veřejnosti, nebo by měli její zveřejňování nebo šíření přerušit. Vydavatelé politické reklamy by měli v takové situaci dotčené poskytovatele služeb politické reklamy a případně zadavatele informovat o přiměřených krocích, které podnikli k tomu, aby byly požadavky podle tohoto nařízení splněny. Vydavatel by měl informovat zadavatele nebo poskytovatele služeb jednajícího jménem zadavatele, pokud není politická reklama, kterou sponzoruje, dostupná nebo již byla ukončena.***
- (42a) ***Pokud zadavatel nebo poskytovatelé služeb politické reklamy zjistí, že informace předané vydavateli politické reklamy, nebo informace, které má vydavatel politické reklamy zveřejnit, jsou neúplné nebo nepřesné, měl by dotčeného vydavatele politické reklamy bez zbytečného odkladu kontaktovat a měl by mu předat doplněné nebo opravené informace.***
- (42b) ***Smluvní ujednání mohou obsahovat doložku umožňující účtovat přiměřený poplatek za opatření učiněná s cílem informace opravit nebo doplnit.***
- (42c) ***Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli při plnění povinností podle tohoto nařízení jednat nestranně a s náležitým ohledem na základní práva a další práva a oprávněné zájmy. Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli zejména věnovat náležitou pozornost svobodě projevu a přístupu k informacím, včetně svobody a plurality sdělovacích prostředků.***

- (42d) Kromě toho by vydavatelé politické reklamy, kteří jsou velmi velkými online platformami ve smyslu nařízení (EU) 2022[...]/XXX [akt o digitálních službách], měli **zajistit, aby byly pro každou politickou reklamu [...] okamžitě zpřístupněny** informace obsažené v oznámení o transparentnosti [...] prostřednictvím archivů zveřejněných reklam podle článku 39 [...] nařízení [akt o digitálních službách]. **Tyto informace by měly být aktualizovány a poskytovány podle dohodnuté odvětvové normy pro přístupnost, strukturu údajů a přístup k nim prostřednictvím společného veřejně dostupného rozhraní pro programování aplikací. Je vhodné podrobněji definovat požadavky na transparentnost stanovené pro archivy uvedené v článku 39 nařízení (EU) 2021/XX [akt o digitálních službách]. Týká se to především informací o odstraněné politické reklamě a důvodu jejího stažení, zejména informací o případech, kdy byla politická reklama nesprávně označena nebo byla nezákonně zacílena. Velmi velké online platformy mohou navíc zveřejňovat další informace týkající se vlivu reklamy, včetně informací o míře prokliku. Ostatní poskytovatelé služeb politické reklamy by měli být vybídnuti, aby zřídili obdobné archivy politických reklam.** To zúčastněným subjektům, včetně výzkumných pracovníků, usnadní práci při plnění jejich specifické úlohy podporovat svobodné a spravedlivé volby nebo referenda a spravedlivé volební kampaně, včetně prostřednictvím kontroly zadavatelů politické reklamy a analýzy prostředí politické reklamy.
- (43) Pokud je poskytovatel služby politické reklamy, který ve vztahu k obsahu politické reklamy poskytuje hostingové služby nebo obsah dané politické reklamy jinak uchovává a poskytuje, odlišným subjektem od poskytovatele služby politické reklamy, který spravuje internetové stránky nebo jiné rozhraní, kde je politická reklama ve výsledku **prezentována [...]**, měli by být tito poskytovatelé považováni za vydavatele reklamy společně s tím, že každý z nich ponese ve vztahu ke konkrétní službě, kterou poskytuje, odpovědnost za zajištění označení reklamy a dostupnost oznámení o transparentnosti a příslušných informací. Jejich smluvní ujednání by měla **umožnit [...]** soulad s tímto nařízením.

- (44) Informace o částkách vynaložených na služby politické reklamy a hodnotě jiných výhod, které představují odměnu za dané služby politické reklamy nebo jejich část, mohou být užitečným příspěvkem k politické diskusi. Je nezbytné zajistit, aby bylo možné získat odpovídající přehled o činnosti v oblasti politické reklamy z výročních zpráv vypracovaných příslušnými *poskytovateli služeb* politické reklamy[...]. V zájmu podpory dohledu a vyvozování odpovědnosti by podávání takových zpráv mělo zahrnovat informace o výdajích na cílení *nebo zvyšování dosahu* politické reklamy v příslušném období, a to souhrnně podle kampaní nebo kandidátů. Aby se zabránilo nepřiměřené zátěži, neměly by se tyto povinnosti týkající se podávání zpráv o transparentnosti vztahovat na podniky, které splňují podmínky podle čl. 3 *odst. 1 až* [...] 3 [...] směrnice 2013/34/EU.
- (45) Vydavatelé politické reklamy poskytující služby politické reklamy by měli zavést mechanismy, které *fyzickým nebo právnickým osobám* [...] umožní, aby jim oznámily, že určitá politická reklama, kterou zveřejnili, je v rozporu s tímto nařízením. Mechanismy upozorňování na takové reklamy by měly být snadno přístupné a použitelné a měly by být přizpůsobeny formě reklamy šířené jejím vydavatelem. Tyto mechanismy by měly být pokud možno přístupné ze samotné reklamy, například na internetových stránkách vydavatele reklamy. *Vydavatelé politické reklamy by měli tam, kde je to nutné, zavést technická opatření k zajištění minimálních bezpečnostních standardů informačních technologií, včetně opatření na ochranu před automatizovaným oznamováním.* Vydavatelé politické reklamy by měli mít možnost v případě potřeby vycházet ze stávajících mechanismů. Jsou-li *například* [...] vydavatelé politické reklamy poskytovateli online hostingových služeb ve smyslu aktu o digitálních službách, pokud jde o politickou reklamu hostovanou na žádost příjemců jejich služeb, *mohou vydavatelé politické reklamy vycházet z mechanismu oznamování, který zavedli na základě článku 14 aktu o digitálních službách, pokud jde o oznámení týkající se rozporu takové reklamy s tímto nařízením.* [...]

- (45a) *Vydavatelé politické reklamy mohou stanovit zvláštní formuláře pro mechanismy oznamování podle tohoto nařízení, které vyžadují vyplnění datových polí, jako jsou informace umožňující identifikaci údajné nevyhovující reklamy, vysvětlení důvodů oznámení, jméno a příjmení / název a adresa elektronické pošty fyzické nebo právnické osoby podávající oznámení a prohlášení potvrzující dobrou víru, že informace v něm obsažené jsou správné.*
- (45b) *Vydavatelé politické reklamy by měli vynaložit přiměřené úsilí s cílem řešit s náležitou péčí, objektivně a bez zbytečného odkladu oznámení obdržená podle tohoto nařízení. Pokud oznámení obsahuje dostatek informací k tomu, aby mohl vydavatel politické reklamy s náležitou péčí a bez podrobného zkoumání zjistit, že některá informace chybí nebo že je nepřesná, mělo by se mít za to, že vydavatel politické reklamy nepřesnost nebo neúplnost zjistil, a měl by bez zbytečného odkladu jednat tak, že kontaktuje příslušného poskytovatele služeb a případně zadavatele. Vydavatel politické reklamy by měl alespoň na požádání informovat osoby, které učinily oznámení o následných opatřeních.*
- (45c) *Aby byla zajištěna účinnost požadavků na transparentnost v průběhu voleb nebo referenda, měli by vydavatelé politické reklamy, jež jsou velmi velkými online platformami ve smyslu nařízení (EU) 2022/XXX [akt o digitálních službách], v posledním měsíci před konáním voleb nebo referenda vyřešit vyřizovat oznámení, jež obdrží ohledně reklamy spojené s těmito [...] volbami nebo referendem, do 48 hodin, a to tak, že kontaktují dotčené poskytovatele služeb politické reklamy a případně zadavatele.*
- (45d) *Veškeré úkony vydavatele politické reklamy by měly být cíleně zaměřené v tom smyslu, že by měly sloužit především k opravě, doplnění požadovaných informací a pouze v krajním případě k odstranění konkrétních prvků informace, které nejsou v souladu s požadavky tohoto nařízení, a měly by náležitě zohledňovat svobodu projevu a informací a další základní práva.*



- (46) Aby mohly konkrétní subjekty plnit v demokracii svou úlohu, je vhodné stanovit pravidla pro předávání informací zveřejněných spolu s politickou reklamou nebo obsažených v oznámení o transparentnosti zúčastněným subjektům, jako jsou prověření výzkumní pracovníci, novináři, organizace občanské společnosti a **uznaní** [...] 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 zjevně nedůvodné, **nejasně** nebo nepřiměřené. Dále by měl mít příslušný poskytovatel služeb možnost v případě [...] nákladných žádostí účtovat přiměřený poplatek zohledňující administrativní náklady spojené s poskytnutím požadovaných informací.

(47) K cílení politických sdělení na skupiny nebo jednotlivé voliče či jednotlivce a k zvýšení jejich dosahu se stále častěji používají osobní údaje získané přímo od jednotlivců nebo nepřímo, např. odvozené údaje, kdy se fyzické osoby seskupují podle svých předpokládaných zájmů nebo kdy jsou údaje získány na základě jejich chování online, behaviorálního profilování a dalších analytických metod. Na základě zpracování osobních údajů, zejména ***zvláštních kategorií osobních údajů*** [...] podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679<sup>3</sup> a nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1725<sup>4</sup>, lze segmentovat různé skupiny voličů nebo fyzických osob a využívat jejich charakteristik nebo zranitelných míst, například šířením reklamy ve specifických okamžicích a na specifických místech tak, že je využíváno situací, kdy jsou vnímaví k určitému druhu informací/sdělení. To má konkrétní a škodlivé dopady na základní práva a svobody občanů, pokud jde o zpracování jejich osobních údajů, a jejich svobodu získávat objektivní informace, utvářet si názory, činit politická rozhodnutí a vykonávat volební právo. To má negativní dopad na demokratický proces. Měla by být stanovena další omezení a podmínky nad rámec nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2018/1725. Podmínky používání metod cílení a zvyšování dosahu zahrnujících zpracování osobních údajů v souvislosti s politickou reklamou stanovené v tomto nařízení by měly vycházet z článku 16 SFEU.

---

<sup>3</sup> 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).

<sup>4</sup> 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 (Úř. věst. L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (48) Metody cílení nebo zvyšování dosahu v kontextu politické reklamy, které zahrnují zpracování ***zvláštních kategorií*** údajů uvedených v čl. 9 odst. 1 nařízení (EU) 2016/679 a čl. 10 odst. 1 nařízení (EU) 2018/1725, by tedy měly být zakázány. Použití těchto metod by mělo být povoleno pouze tehdy, pokud je provádí správci nebo někdo, kdo jedná ***jejich*** [...]jménem, na základě výslovného souhlasu subjektu údajů, nebo v rámci svých oprávněných činností a s vhodnými zárukami nadace, sdružení nebo jiného neziskového subjektu, který sleduje politické, filozofické, náboženské nebo odborové cíle, a za podmínky, že se zpracování vztahuje pouze na současné nebo bývalé členy tohoto subjektu nebo na osoby, které s ním udržují pravidelné styky související s jeho cíli, a že tyto osobní údaje nejsou zpřístupňovány mimo tento subjekt bez souhlasu subjektů údajů. K tomu by měly sloužit ***dodatečné*** [...]záruky. Souhlas by měl být chápán jako souhlas ve smyslu nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2018/1725. Proto by nemělo být možné se odvolávat na výjimky stanovené v čl. 9 odst. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nařízení (EU) 2016/679 a v čl. 10 odst. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nařízení (EU) 2018/1725 ve vztahu k používání metod cílení a zvyšování dosahu pro účely zveřejňování, propagace nebo šíření politické reklamy zahrnující zpracování osobních údajů uvedených v čl. 9 odst. 1 nařízení (EU) 2016/679 a čl. 10 odst. 1 nařízení (EU) 2018/1725. ***Provádění ostatních ustanovení nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2018/1725 včetně těch, která se vztahují na poskytování a odvolávání souhlasu, automatizované individuální rozhodování, včetně profilování a práva vznést námitku, není tímto nařízením dotčeno. Pro účely provádění požadavků tohoto nařízení by měl být výslovný souhlas ve smyslu nařízení (EU) 2016/679 a (EU) 2018/1725 poskytnut samostatně a konkrétně pro účely politické reklamy. V souladu s právem Unie by měli správci zajistit, aby individuální rozhodování nebylo ovlivněno temnými vzorci, které narušují nebo omezují autonomní a informované rozhodování, včetně předem zaškrtnutých políček a jiných předpojatých a netransparentních metod, které jednotlivce vedou k určitým rozhodnutím, jež by jinak neučinili, nebo je k těmto rozhodnutím přimějí. Mechanismus pro získávání rozhodnutí od jednotlivců by měl být především srozumitelný a snadno použitelný, přičemž cílem relativního zdůrazňování alternativ by nemělo být ovlivnit rozhodování jednotlivce. Informace poskytované v tomto ohledu jednotlivcům by měly být stručné, měly by být sepsány jasným a srozumitelným jazykem a měly by být snadno, zřetelně a přímo dostupné.***

- (48a) Interní komunikace politické strany určená jejím členům by neměla být považována za komunikaci využívající metody cílení v souvislosti s politickou reklamou, pokud je tato komunikace omezena na členy dané politické strany a je založena na osobních údajích, které tito členové za tímto účelem výslovně poskytli.*
- (48b) Obzvláště zranitelnou skupinou, kterou lze zneužíváním metod cílení a zvyšování dosahu poškodit, jsou velmi mladí lidé. I když tyto osoby ještě nemají právo volit, mohou být cílem reklamy právě proto, aby se dosáhlo manipulace politické debaty. Metody cílení nebo zvyšování dosahu, které zahrnují zpracování osobních údajů subjektu, o němž je s přiměřenou jistotou známo, že alespoň o jeden rok nedosahuje volebního věku stanoveného příslušnými vnitrostátními předpisy, by proto měly být v souvislosti s politickou reklamou zakázány.*

- (49) V zájmu zajištění větší transparentnosti a odpovědnosti a *bez ohledu na to, zda politická reklama zahrnuje určitou službu či nikoli, by měly být zavedeny další záruky* při využívání metod cílení a zvyšování dosahu v souvislosti s politickou reklamou zahrnující zpracování osobních údajů, *kteří nařízení nezakazuje. Tyto dodatečné požadavky na transparentnost a odpovědnost by se měly na jedné straně vztahovat na zpracování zahrnující zvláštní kategorie údajů, pokud s tím subjekt údajů udělal výslovný souhlas nebo pokud je zpracování prováděno v rámci jeho legitimních činností, jak je uvedeno v čl. 9 odst. 2 písm. a) a d) nařízení (EU) 2016/679 a čl. 10 odst. 2 písm. a) a d) nařízení (EU) 2018/1725, a na druhé straně na zpracování osobních údajů v souvislosti s politickou reklamou, které nezahrnuje zvláštní kategorie údajů. Tyto dodatečné požadavky by měly doplňovat stávající záruky včetně záruk týkajících se automatizovaného rozhodování v souladu s článkem 22 nařízení (EU) 2016/679 a článkem 24 nařízení (EU) 2018/1725. [...] Správci [...] by měli přijmout, [...] provádět a veřejně zpřístupnit politická opatření popisující [...], jak jsou tyto metody používány [...], a vést záznamy o svých příslušných činnostech. Při zveřejňování, propagaci nebo šíření politické reklamy využívajících metod cílení a zvyšování dosahu by správci měli společně s politickou reklamou poskytnout smysluplné informace, které dotčené fyzické osobě umožní porozumět použitému postupu a hlavním parametrům používaného cílení a zapojení údajů od třetích osob a dalších analytických metod, včetně toho, zda bylo cílení reklamy během dodávky ještě optimalizováno.*
- (50) Vydavatelé politické reklamy, kteří využívají metody cílení nebo zvyšování dosahu, by měli do svého oznámení o transparentnosti zahrnout informace nezbytné k tomu, aby dotčená osoba mohla porozumět použitému postupu a hlavním parametrům používané metody, jakož i používání údajů od třetích osob a dalších analytických metod. [...]

- (50a) *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 stejným subjektem jako vydavatel politické reklamy.* V případě, že je správce subjektem odlišným od vydavatele reklamy, měl by vydavateli politické reklamy předat interní zásady a *zajistit, aby byly vydavateli politické reklamy včas a přesně sděleny další informace nezbytné k dodržení souhlasu s tímto nařízením*[...].
- (50b) Poskytovatelé reklamních služeb by měli [...] předat vydavatelům politické reklamy informace nezbytné k splnění jejich povinností podle tohoto nařízení. *Poskytování* [...] těchto informací by mohlo být automatizováno a začleněno do běžných obchodních procesů na základě standardů.
- (51) V zájmu 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 EU pro ochranu údajů, včetně možnosti vznést námitku nebo odvolat souhlas, pokud je na ně cílena politická reklama. 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 politické reklamy na fyzické osoby, jakož i cílení na základě konkrétních kritérií ze strany jednoho nebo několika konkrétních správců.
- (52) Komise by měla podpořit vypracování kodexů chování uvedených v článku 40 nařízení (EU) 2016/679, aby podpořila výkon práv subjektů údajů v této souvislosti.
- (53) Informace, které mají být poskytnuty v souladu se všemi požadavky vztahujícími se na používání metod cílení a zvyšování dosahu podle tohoto nařízení, by měly být předkládány ve formátu, který je snadno přístupný, jasně viditelný a uživatelsky přívětivý, včetně použití srozumitelných formulací.

- (54) Je vhodné stanovit pravidla pro předávání informací o cílení dalším zúčastněným subjektům. Tento režim by měl být v souladu s režimem pro předávání informací souvisejících s požadavky na transparentnost.
- (55) Poskytovatelé služeb politické reklamy usazení ve třetí zemi, kteří nabízejí služby v Unii, by měli určit pověřeného právního zástupce v Unii, aby byl umožněn účinný dohled nad tímto nařízením ve vztahu k nim. Právním zástupcem by mohla být osoba jmenovaná na základě článku 27 nařízení (EU) 2016/679 nebo zástupce ustanovený na základě článku 11 nařízení (EU) 2022[...]/XXX [akt o digitálních službách].
- (55a) Určený právní zástupce by se měl zaregistrovat u jednoho příslušného orgánu určeného pro tyto účely. V zájmu poskytování snadno dohledatelných informací o určených právních zástupcích poskytovatelů služeb politické reklamy usazených mimo území Unie by měl příslušný orgán na internetu zveřejňovat informace o právních zástupcích na svém území a pravidelně je aktualizovat. Komise by měla zřídit portál odkazující na internetové stránky zajišťované členskými státy.***
- (56) V zájmu účinného dohledu nad tímto nařízením je nezbytné svěřit orgánům dohledu pravomoc sledovat a vymáhat plnění příslušných pravidel. V závislosti na právním systému každého členského státu a v souladu se stávajícím právem Unie, včetně nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2022/XXX [akt o digitálních službách], mohou být za tímto účelem pověřeny různé vnitrostátní soudní nebo správní orgány.

- (57) Pokud jde o dohled nad online zprostředkovatelskými službami podle tohoto nařízení, členské státy by měly pověřit příslušné orgány a zajistit soudržnost jejich dohledu s dohledovou činností příslušných orgánů určených podle článku 38 nařízení (EU) [akt o digitálních službách]. Koordinátoři digitálních služeb by podle nařízení (EU) [akt o digitálních službách] 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 nařízení (EU) [akt o digitálních službách]. V rámci 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) [akt o digitálních službách].
- (58) Pro dohled nad těmi aspekty tohoto nařízení, které nespadají do pravomoci dozorových úřadů podle nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2018/1725, by členské státy měly pověřit *příslušné* orgány. 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 zásazích nebo politických tlacích a měly odpovídající pravomoci účinně sledovat a přijímat opatření nezbytná k zajištění dodržování tohoto nařízení, zejména povinností stanovených v článku 7. *Zatímco* členské státy mohou určit zejména vnitrostátní regulační orgány nebo subjekty podle článku 30 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU<sup>5</sup>, *mohly by také určovat jiné orgány, jako například volební nebo soudní orgány.*

---

<sup>5</sup> 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).



- (59) Pokud již v právu Unie existují pravidla týkající se poskytování informací příslušným orgánům a spolupráce s těmito orgány a mezi nimi, jako je článek 9 nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách] nebo pravidla obsažená v nařízení (EU) 2016/679, měla by se tato pravidla obdobně použít na příslušná ustanovení tohoto nařízení.
- (59a) Na podporu účinného uplatňování ustanovení obsažených v tomto nařízení, dohledu nad nimi a jejich prosazování, a aniž je dotčeno nařízení (EU) 2016/679, nařízení (EU) 2018/1725 a akt o digitálních službách, je nezbytné stanovit, který příslušný orgán by měl být odpovědný v případě, že jsou služby poskytovány ve více než jednom členském státě, nebo pokud poskytovatel služeb vykonává své hlavní činnosti mimo členský stát, v němž se nachází jeho hlavní provozovna nebo určený zástupce. Za účinné uplatňování ustanovení tohoto nařízení, dohled nad nimi a jejich prosazování 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, kde má poskytovatel ústředí nebo sídlo, v němž jsou vykonávány hlavní finanční funkce a provozní kontrola.*
- (59b) Příslušné orgány všech členských států by měly při výkonu pravomocí v oblasti vyšetřování a prosazování spolupracovat a podle potřeby si vzájemně pomáhat. Pokud se domnělé porušení tohoto nařízení týká pouze příslušného orgánu nebo orgánů členského státu, v nichž poskytovatel služeb politické reklamy nemá hlavní provozovnu, měl by dotýčný příslušný orgán nebo orgány oznámit příslušnému orgánu hlavní provozovnu a ten by pak měl záležitost odpovídajícím způsobem posoudit a případně přijmout nezbytná donucovací opatření.*
- (59c) Aby se dále usnadnilo účinné uplatňování a prosazování tohoto nařízení v případě poskytování přeshraničních služeb, může příslušný orgán hlavní provozovny v případě, kdy se vyšetřování údajného porušení předpisů týká poskytování služeb politické reklamy v jednom nebo více členských státech, v nichž poskytovatel nemá hlavní provozovnu, zahájit a vést společné vyšetřování za účasti dotčeného příslušného orgánu nebo dotčených orgánů.*

- (60) Orgány příslušné pro dohled nad tímto nařízením by měly vzájemně spolupracovat na vnitrostátní úrovni i na úrovni Unie a co nejlépe využívat stávající struktury, včetně vnitrostátních sítí pro spolupráci, Evropské sítě pro volební spolupráci uvedené v doporučení C(2018) 5949 final 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.
- (60a) Za účelem zajištění účinné a strukturované spolupráce mezi všemi příslušnými orgány by se odborníci jmenovaní členskými státy měli pravidelně scházet na úrovni Unie, zejména v rámci Evropské sítě pro volební spolupráci v úzké spolupráci se skupinou evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby a dalšími příslušnými sítěmi. V zájmu posílení spolupráce a výměny informací a postupů na úrovni Unie by Evropská síť pro volební spolupráci měla úzce spolupracovat se skupinou evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby, zejména pokud jde o podávání zpráv o diskusích vedených ohledně tohoto nařízení.***

- (61) S cílem usnadnit účinné uplatňování povinností stanovených v nařízení je nezbytné zmocnit vnitrostátní orgány, aby si od **poskytovatelů služeb politické reklamy** [...] vyžádaly příslušné informace o transparentnosti politické reklamy. Informace, které mají být předávány příslušným orgánům, se mohou týkat reklamní kampaně, mohou být poskytnuty souhrnně podle let nebo se mohou týkat konkrétních reklam. Aby bylo zajištěno, že žádostem o tyto informace bude možné vyhovět účinným a účelným způsobem a že poskytovatelé služeb politické reklamy zároveň nebudou vystaveni nepřiměřené zátěži, je nezbytné stanovit určité podmínky, které by tyto žádosti měly splňovat. Zejména v zájmu včasného dohledu nad volebním procesem by poskytovatelé služeb politické reklamy měli na žádosti příslušných orgánů reagovat rychle, a to vždy do **deseti** [...] pracovních dnů od obdržení opatření. ***V průběhu posledního měsíce volební kampaně by se mělo mít za to, že porušení těchto povinností představuje negativní a závažné narušení práv občanů, a proto by měli poskytovatelé služeb politické reklamy poskytnout požadované informace do 48 hodin. Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1 až 3 směrnice 2013/34/EU, by měli vynaložit přiměřené úsilí s cílem 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. Poskytovatelé služeb politické reklamy by měli určit kontaktní místa pro interakci s příslušnými orgány. Tato kontaktní místa mohou být elektronická.
- (62) Členské státy by měly určit kontaktní místo na úrovni Unie pro účely tohoto nařízení. Pokud je to možné, mělo by být kontaktní místo členem Evropské sítě pro volební spolupráci. Kontaktní místo by mělo usnadňovat spolupráci mezi příslušnými orgány členských států při plnění úkolů v oblasti dohledu a prosazování práva, zejména zprostředkováním komunikace kontaktních míst v jiných členských státech a příslušných orgánů v **jejich** [...] vlastním **členském státě**.

(63) Orgány členských států by měly zajistit, aby porušení povinností stanovených v tomto nařízení bylo trestáno [...] pokutami nebo finančními sankcemi a v **případě potřeby dalšími opravnými prostředky**. Při tom by měly zohlednit povahu, závažnost, opakování a dobu trvání protiprávního jednání s ohledem na dotčený veřejný zájem, rozsah a druh vykonávaných činností, jakož i **případně** ekonomické možnosti porušitele. V této souvislosti je třeba zohlednit zásadní úlohu, kterou hrají povinnosti stanovené v **článcích 5 a 7** pro účinné sledování cílů tohoto nařízení. Dále by měly zohlednit, zda dotčený [...] poskytovatel **služeb politické reklamy nebo příslušný zadavatel** systematicky nebo opakovaně neplní své povinnosti vyplývající z tohoto nařízení, včetně toho, že zpožďuje poskytování informací zúčastněným subjektům, a případně také to, zda poskytovatel služeb politické reklamy působí ve více členských státech. Finanční sankce, [...] [...]pokuty a **další opravné prostředky** [...] **by měly** být v každém jednotlivém případě účinné, přiměřené a odrazující, s náležitým ohledem na poskytnutí dostatečných a dostupných procesních záruk, a zejména s cílem zajistit, aby politická diskuse zůstala otevřená a přístupná.

**(63a) V souladu s obecnými zásadami odpovědnosti nelze poskytovateli služeb politické reklamy uložit sankci, pokud jednal na základě nepřesných nebo nepravdivých informací obdržených od zadavatele, které nebyly zjevně nesprávné, za předpokladu, že se o chybě nedozvěděl později.**

**(63b) V zájmu podpory uplatňování a sledování tohoto nařízení by se příslušné orgány měly zabývat oznámeními, která obdrží od fyzické nebo právnické osoby ohledně možného porušení tohoto nařízení, a osobu, která oznámení učinila, pak alespoň na požádání informovat o následných opatřeních. V průběhu posledního měsíce předcházejícího konání voleb nebo referenda by veškerá oznámení přijatá v souvislosti s politickou reklamou spojenou s těmito volbami nebo referendem měla být vyřizována bez zbytečného odkladu.**

- (64) Na výkon pravomocí příslušným úřadem 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.
- (65) *Na podporu dodržování tohoto nařízení by měly být poskytovatelům služeb a dalším zainteresovaným subjektům poskytovány včasné a snadno dostupné informace o termínech konání vnitrostátních voleb a referend. Členské státy by proto měly termíny svých voleb a referend zveřejňovat. Informace by měly být snadno a včas dostupné. Členské státy by rovněž měly tyto informace veřejnosti sdělovat prostřednictvím portálu zajištěného Komisí, a to bezprostředně po jejich vyhlášení [...].*
- (65a) *Na podporu účinného provádění tohoto nařízení se Komise vyzývá, aby podle potřeby vypracovala pokyny pro identifikaci politické reklamy a pro uplatňování sankcí.*
- (66) Za účelem dosažení cílů tohoto nařízení by měla být na Komisi přenesena pravomoc přijímat akty v souladu s článkem 290 Smlouvy, pokud jde o čl. 7 odst. 8 [...], aby blíže specifikovala formu, v níž by měly být stanoveny požadavky na poskytování informací v oznámení o transparentnosti podle uvedeného článku, a pokud jde o čl. 12a odst. 6 [...], dále upřesnit, v jaké formě by měly být stanoveny požadavky na poskytování informací o cílení. Je obzvláště důležité, aby Komise vedla odpovídající konzultace, a to i s [...] odborníky určenými jednotlivými členskými státy, a aby tyto konzultace probíhaly v souladu se zásadami stanovenými v interinstitucionální dohodě ze dne 13. dubna 2016 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 setkání skupin odborníků Komise, jež se věnují přípravě aktů v přenesené pravomoci.

- (67) 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 ***a dopad tohoto nařízení na malé a střední mediální subjekty. Zpráva by měla vyhodnotit zejména účinnost nařízení, pokud jde o konkrétní prostředky politické reklamy, další omezení zpracování osobních údajů pro účely metod cílení a zvyšování dosahu stanovených v tomto nařízení, typ a výši sankcí uložených členskými státy a požadavek na zřízení veřejných archivů reklamy pro veškerou politickou reklamu online.*** Zpráva by měla mimo jiné přezkoumat, zda jsou ustanovení příloh tohoto nařízení nadále vyhovující, a zvážit nutnost jejich revize.
- (68) Doplnující povinnosti týkající se používání politické reklamy evropskými politickými stranami jsou stanoveny v nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014 o statusu a financování evropských politických stran a evropských politických nadací.
- (69) Jelikož cílů tohoto nařízení, totiž přispět k řádnému fungování vnitřního trhu s politickou reklamou a souvisejícími službami a stanovit pravidla pro používání cílení v souvislosti se zveřejňováním a šířením politické reklamy, nemůže být uspokojivě dosaženo na úrovni členských států, a proto jej může být lépe dosaženo na úrovni Unie, může Unie přijmout toto nařízení 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.
- (70) Tímto nařízením nejsou dotčena pravidla stanovená zejména směrnicí 2000/31/ES, včetně pravidel o odpovědnosti zprostředkujících poskytovatelů služeb v člancích 12 až 15 uvedené směrnice ve znění nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách], nařízením (EU) 2021/XXX [akt o digitálních trzích], směrnicí 2002/58/ES a nařízením (EU) XXX [nařízení o soukromí a elektronických komunikacích], jakož i směrnicí (EU) 2010/13, směrnicí 2000/31/ES, směrnicí 2002/58/ES, směrnicí 2005/29/ES, směrnicí 2011/83/EU, směrnicí 2006/114/ES, směrnicí 2006/123/ES a nařízením (EU) 2019/1150.

(71) Evropský inspektor ochrany údajů byl konzultován v souladu s čl. 42 odst. 1 nařízení (EU) 2018/1725 a dne XX. XX 2022 vydal své stanovisko,

PŘIJALY TOTO NAŘÍZENÍ:

## KAPITOLA I – OBECNÁ USTANOVENÍ

### Článek 1

#### Předmět a cíle[...]

1. Toto nařízení stanoví:
  - a) harmonizované povinnosti týkající se transparentnosti uložené poskytovatelům služeb politické reklamy a souvisejících služeb spočívající v uchovávání, zpřístupňování a zveřejňování informací souvisejících s poskytováním těchto služeb;
  - b) harmonizovaná pravidla pro používání metod cílení a zvyšování dosahu v souvislosti s [...] politickou reklamou, které zahrnují *zpracování* [...] osobních údajů, a *to bez ohledu na to, zda politická reklama zahrnuje určitou službu*.
2. [...]
3. Cílem tohoto nařízení je:
  - a) přispět k řádnému fungování vnitřního trhu s politickou reklamou a souvisejícími službami;
  - b) chránit fyzické osoby v souvislosti se zpracováním osobních údajů.



1. [...]

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

### **Článek 1a**

#### **Oblast působnosti**

1. ***Toto nařízení se vztahuje na politickou reklamu, která je šířena v Unii nebo je určena jednotlivcům či zpřístupněna veřejnosti v jednom nebo více členských státech, bez ohledu na místo usazení poskytovatele služeb politické reklamy a bez ohledu na použité prostředky.***
2. ***Tímto nařízením není dotčen obsah politických reklam ani pravidel Unie či členských států, jež upravují jiné aspekty než ty, na něž se vztahuje toto nařízení.***

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

- a) směrnice 2000/31/ES;
- b) směrnice 2002/58/ES a nařízení (EU) č. XXX [nařízení o soukromí a elektronických komunikacích];
- c) směrnice 2005/29/ES;
- d) směrnice 2006/114/ES;
- e) směrnice 2006/123/ES;
- f) směrnice (EU) 2010/13;
- g) směrnice 2011/83/EU;
- h) nařízení (EU) 2019/1150;
- i) [nařízení (EU) 2022/XXX [akt o digitálních službách]].

## *Článek 2*

### **Definice**

Pro účely tohoto nařízení se[...]:

1. „službou“ rozumí jakákoli samostatná výdělečná činnost poskytovaná zpravidla za úplatu ve smyslu článku 57 Smlouvy o fungování EU;
2. „politickou reklamou“ rozumí příprava, umístění, propagace, zveřejnění nebo šíření, jakýmikoli prostředky, sdělení:
  - a) politického subjektu, za něj nebo jeho jménem, nemá-li čistě soukromou nebo čistě obchodní povahu, nebo

- b) které může ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, **chování voličů nebo** legislativní nebo regulační proces [...] na **úrovni Unie, na národní, regionální a místní úrovni, a je k tomuto cíli určeno.**

*Nezahrnuje:*

- i) **politické názory vyjádřené v jakýchkoli médiích v rámci redakční odpovědnosti, ledaže je za vyjádření takového politického názoru nebo v souvislosti s tímto vyjádřením poskytována zvláštní odměna.**
- ii) [...]sdělení z oficiálních zdrojů **členských států nebo Unie týkající se výhradně** [...] organizace a způsobů účasti ve volbách nebo referendech, **včetně kandidatur a otázek položených v referendu, nebo** propagace účasti ve volbách nebo referendech[...].
- iii. **veřejná sdělení ze strany jakéhokoli orgánu veřejné moci členského státu, za něj nebo jeho jménem, včetně členů vlády, za předpokladu, že jejich účelem není ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování voličů nebo legislativní či regulační proces;**
- iv. **prezentace kandidátů na určených veřejných prostranstvích nebo ve sdělovacích prostředcích, které jsou výslovně stanoveny zákonem a jsou přidělovány bezplatně při současném zajištění rovného zacházení.**
3. „politickou reklamou“ rozumí akt politické propagace **zveřejněný nebo šířený jakýmkoli prostředky;**
4. „politickým subjektem“ rozumí kterýkoli z těchto subjektů:
- a) politická strana ve smyslu čl. 2 odst. 1 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014 nebo subjekt [...] spojený s [...] takovou politickou stranou;

- b) politické spojení ve smyslu čl. 2 odst. 2 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014;
- c) evropská politická strana ve smyslu čl. 2 odst. 3 nařízení (EU, Euratom) č. 1141/2014;
- d) kandidát na jakoukoli volenou funkci na úrovni **Unie** [...], na národní, regionální a místní úrovni nebo na **jakoukoli** vedoucí pozici [...] politické strany nebo **osoba tyto funkce vykonávající**;

[...]

- f) [...] člen **orgánů Unie, s výjimkou Soudního dvora Evropské unie, Evropské centrální banky a Účetního dvora, nebo vlády členského státu na vnitrostátní, regionální nebo místní úrovni**;

[...]

- h) jakákoli fyzická nebo právnická osoba zastupující kteroukoli z osob nebo organizací uvedených v písmenu a) až g) nebo jednájící jejím jménem a podporující politické cíle kterékoli z uvedených osob nebo organizací;

5. „službou politické reklamy“ rozumí služba spočívající v politické reklamě s výjimkou online zprostředkovatelské služby ve smyslu čl. 2 písm. f) nařízení (EU) 2022[...]/XXX [akt o digitálních službách], která je poskytována bez [...] **zvláštní odměny za přípravu, umístění, propagaci, zveřejnění nebo šíření politického** [...] sdělení;

- 5a. *„poskytovatelem služeb politické reklamy“ rozumí fyzická nebo právnická osoba poskytující služby politické reklamy s výjimkou čistě doplňkových služeb;*
6. „politickou reklamní kampaní“ rozumí příprava, umístění, propagace, zveřejňování nebo šíření řady souvisejících **politických** reklam v rámci jedné zakázky na politickou reklamu na základě jednotné přípravy, zadání nebo financování;
7. „zadavatelem“ rozumí fyzická nebo právnická osoba, na **jejíž žádost nebo** jejímž jménem se připravuje, umísťuje, **propaguje**, zveřejňuje nebo šíří politická reklama;
8. „metodami cílení [...]“ rozumí metody, které se používají [...] k tomu, aby byla přizpůsobená politická reklama zobrazena pouze konkrétní osobě nebo skupině osob, **obvykle s individualizovaným obsahem, na základě zpracování osobních údajů [...];**
- 8a. *„metodami zvyšování dosahu“ rozumí metody optimalizace, včetně metod doručování reklamy, které se používají ke zvýšení oběhu, dosahu nebo viditelnosti politické reklamy na základě zpracování osobních údajů a které mohou sloužit k dodání politické reklamy pouze konkrétní osobě nebo skupině osob;*
9. [...]
10. „příslušnými voliči“ rozumí soubor osob oprávněných hlasovat ve volbách nebo referendu konaném v členském státě, v němž **se politická reklama zveřejňuje nebo šíří [...]**, což mohou být všichni voliči v členském státě;

11. „vydavatelem politické reklamy“ rozumí *poskytovatel služby politické reklamy* [...], který *zveřejňuje nebo šíří politickou reklamu* [...] prostřednictvím jakéhokoli média;
12. „správcem“ rozumí správce podle čl. 4 odst. 7 nařízení (EU) 2016/679, případně podle čl. 3[...] odst. 8 nařízení (EU) 2018/1725.

[...]

## *Článek 2a*

### *Identifikace politické reklamy*

1. *Za účelem určení, zda sdělení představuje politickou reklamu ve smyslu čl. 2 odst. 2 písm. b), jsou zohledněny jeho relevantní aspekty, jako jsou:*
  - a) obsah sdělení;*
  - b) zadavatel sdělení;*
  - c) jazyk použitý k předání sdělení, prostředky, jimiž je sdělení propagováno, zveřejněno nebo šířeno, a cílová skupina;*
  - d) kontext, v němž je sdělení předáno, včetně období šíření, jako období voleb nebo referenda a legislativní nebo regulační proces;*
  - e) cíl sdělení.*

2. ***Mezi sdělením a jeho potenciálem ovlivnit výsledek voleb nebo referenda, chování voličů nebo legislativní nebo regulační proces by měla existovat jasná a podstatná vazba.***

### Článek 3

#### ***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 zakázat ani omezit z důvodů souvisejících s transparentností.

# KAPITOLA II – POVINNOSTI TÝKAJÍCÍ SE TRANSPARENTNOSTI SLUŽEB POLITICKÉ REKLAMY

## Článek 4

### Transparentnost služeb politické reklamy

1. Služby politické reklamy se poskytují transparentně v souladu s povinnostmi stanovenými v *kapitole II* [...] tohoto nařízení.
- 1a. Poskytovatelé služeb politické reklamy zajistí, aby smluvní ujednání uzavřená za účelem poskytování služeb politické reklamy umožňovala dodržování příslušných ustanovení tohoto nařízení.*

## Článek 5

### Identifikace služeb politické reklamy

1. Poskytovatelé reklamních služeb požádají zadavatele a poskytovatele reklamních služeb jednající jménem zadavatelů o prohlášení, zda reklamní služba, o jejíž provedení je žádají, představuje službu politické reklamy ve smyslu čl. 2 odst. 5. Zadavatelé a poskytovatelé reklamních služeb jednající jménem zadavatelů toto prohlášení učiní v *dobré víře*.
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 poskytovat příslušné informace nezbytné ke splnění požadavků podle čl. 6 odst. 1. Uvedené informace se předávají úplným a přesným způsobem a bez zbytečného odkladu [...]*.
- 2a. Pokud poskytovatel reklamních služeb zjistí nebo skutečně ví, že[...]prohlášení nebo informace jsou zjevně chybné, požádá zadavatele[...] nebo poskytovatele[...] reklamních služeb jednajícího jménem zadavatele[...], aby své prohlášení nebo poskytnuté informace opravil. Zadavatelé nebo poskytovatelé reklamních služeb jednající jménem zadavatelů opravy provedou úplným a přesným způsobem a bez zbytečného odkladu.*



## Článek 6

### **Vedení záznamů [...]**

1. Poskytovatelé služeb politické reklamy uchovávají informace, které získali při poskytování svých služeb o níže uvedených záležitostech:
  - a) politické reklamě nebo politické reklamní kampani, s níž jsou služba nebo služby spojeny;
  - b) konkrétní službě nebo službách, **kteří poskytli** v souvislosti s politickou reklamou;
  - c) částkách, které vyfakturovali za poskytnutou službu nebo služby, a hodnotě jiných výhod, které obdrželi částečně nebo úplně výměnou za poskytnutou službu nebo služby, a **jejich zdroje**; [...]
  - d) [...] totožnosti zadavatele **politické reklamy a v relevantních případech subjektu, který je konečnou ovládající osobou zadavatele**, a [...] **jejich** kontaktních údajích a v **případě právnických osob o jejich místě usazení; a**  
**da) případně informace o příslušných volbách nebo referendech, s nimiž je politická reklama spojena.**
2. Informace podle odstavce 1 mají **písemnou nebo** [...] [...] elektronickou formu. Tyto informace se uchovávají po dobu pěti let od data poslední přípravy, umístění, **propagace**, zveřejnění nebo šíření.
  - 2a. **Tento článek se nevztahuje na podniky, 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.**
3. [...]

## Článek 6a

### *Předávání informací vydavateli politické reklamy*

- 1. Poskytovatelé služeb politické reklamy zajistí, aby informace uvedené v čl. 6 odst. 1 byly včas, úplným a přesným způsobem sděleny vydavatelům politické reklamy, kteří budou politickou reklamou zveřejňovat nebo šířit, aby vydavatelé politické reklamy mohli plnit své povinnosti podle tohoto nařízení. Poskytovatelé služeb politické reklamy vynaloží přiměřené úsilí k tomu, aby zajistili, aby byly informace uchovávané podle čl. 6 odst. 1 úplné a přesné.*

*V případě, že je daný vydavatel politické reklamy jediným poskytovatelem služeb politické reklamy, zadavatel sdělí příslušné informace tomuto vydavateli.*

- 2. Poskytovatelé služeb politické reklamy uvedené informace předávají současně s poskytnutím příslušné služby v souladu s osvědčenými postupy a odpovědnými normami, a to prostřednictvím standardizovaného automatizovaného procesu, je-li to technicky možné.*
- 3. Pokud poskytovatel služeb politické reklamy zjistí, že informace, jež poskytl, byly aktualizovány, zajistí, aby byly tyto aktualizované informace sděleny příslušnému vydavateli politické reklamy.*

**Požadavky na transparentnost pro každou politickou reklamu**

1. **Vydavatel politické reklamy** [...] **společně s každou politickou reklamou** [...] **zpřístupní** [...] jasně, zřetelně a jednoznačně [...] tyto informace:

- a) prohlášení, že se jedná o politickou reklamu;
- b) totožnost zadavatele politické reklamy a **případně** subjektu, který je jeho konečnou ovládající osobou;
- ba) případně prohlášení o tom, že politická reklama byla cílená nebo byl zvýšen její dosah;**
- c) oznámení o transparentnosti, které umožní pochopit širší kontext politické reklamy a její cíle, nebo jasné uvedení místa, kde je možné oznámení snadno vyhledat.

V této souvislosti vydavatelé politické reklamy používají účinné a výrazné techniky označování, které umožní snadnou identifikaci povahy politické reklamy, a to, aby označení zůstalo na svém místě i v případě dalšího šíření politické reklamy.

2. Oznámení o transparentnosti [...] obsahuje **alespoň** tyto informace:

- a) totožnost zadavatele a **případně subjektu, který je jeho konečnou ovládající osobou** [...];
- b) [...]
- c) [...] informace o souhrnných částkách nebo jiných výhodách, **které obdrželi poskytovatelé služeb politické reklamy, včetně souhrnných vynaložených částek nebo jiných výhod, které obdržel vydavatel**, částečně nebo úplně výměnou za **služby politické reklamy** [...] pro příslušnou reklamu, a případně za [...] politickou reklamní kampaň, a informace o příslušných zdrojích;

- d) případně informace o volbách nebo referendech, s nimiž je reklama spojena;
- e) případně odkazy na online archivy reklam *uvedené v odstavci 6*;

*ea) případně informace uvedené v čl. 12a odst. 1 písm. c) a ca);*

f) [...]

g)[...] Informace, které mají být uvedeny v oznámení o transparentnosti *rovněž obsahují údaje* [...] uvedené v příloze I.

**2a. *Oznámení o transparentnosti je součástí každé politické reklamy nebo je snadno vyhledatelné, a to od jejího prvního zveřejnění až do konce jejího zveřejňování. Oznámení o transparentnosti se prezentují ve formátu, který je snadno přístupný, a pokud je to technicky možné, strojově čitelný, jasně viditelný a uživatelsky přívětivý, včetně použití srozumitelných formulací. Oznámení o transparentnosti, která jsou strojově čitelná, se zpřístupní prostřednictvím společného veřejně přístupného rozhraní pro programování aplikací.***

**3. *Vydavatelé politické reklamy vynaloží přiměřené úsilí k tomu, aby se ujistili, že informace uvedené v odstavci [...] 2 jsou úplné, přesné a aktualizované. Pokud zadavatel nebo poskytovatel[...] služeb politické reklamy zjistí, že informace předané vydavateli politické reklamy, nebo informace, které má vydavatel politické reklamy zveřejnit, jsou neúplné nebo nepřesné, kontaktuje bez zbytečného odkladu dotčeného vydavatele politické reklamy a případně mu předá doplněné nebo opravené informace. Pokud vydavatel politické reklamy jakýmkoli prostředky zjistí, že informace uvedené v odstavci 2 jsou neúplné nebo nepřesné, vynaloží přiměřené úsilí, mimo jiné případně kontaktuje dotčeného zadavatele nebo poskytovatele služeb, k tomu, aby byly informace doplněny nebo opraveny.[...]V případě, že nelze informace bez zbytečného odkladu doplnit nebo opravit, vydavatel politickou reklamou nezpřístupní nebo přeruší její zveřejňování nebo šíření[...] [...]. V případě, že politická reklama, kterou sponzoruje, není zpřístupněna nebo je ukončena, informuje vydavatel zadavatele nebo poskytovatele služeb jednajících jménem zadavatele.***

4. [...]
5. Vydavatelé politické reklamy uchovávají svá oznámení o transparentnosti spolu s případnými změnami po dobu pěti let od *posledního zveřejnění* [...][...].
- 5a. *Odstavec 5 se nevztahuje na podniky, 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.***
6. Vydavatelé politické reklamy, kteří jsou velmi velkými online platformami ve smyslu článku 25 nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách], zajistí, aby v archivech *podle* [...] článku [39[...]] uvedeného nařízení [aktu o digitálních službách] *okamžitě zpřístupnili pro každou politickou reklamu informace uvedené v odstavci 2. Tyto informace se aktualizují a poskytují podle dohodnuté odvětvové normy pro přístupnost, strukturu údajů a přístup k nim prostřednictvím společného veřejně dostupného rozhraní pro programování aplikací*[...].
7. Členské státy, včetně příslušných orgánů, a Komise podporují vypracování kodexů chování, které mají přispět k řádnému uplatňování tohoto článku s ohledem na konkrétní charakteristiky příslušných poskytovatelů služeb a na konkrétní potřeby mikropodniků a malých a středních podniků ve smyslu článku 3 směrnice 2013/34/EU.

8. Komisi je svěřena pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci v souladu s článkem 19 za účelem změny přílohy I doplněním [...] **nebo** změnou [...] údajů ze seznamu informací v **něm uvedených** [...], pokud je taková změna s ohledem na technologický vývoj, **příslušný vědecký výzkum, vývoj v oblasti dohledu ze strany příslušných orgánů a relevantní pokyny vydané příslušnými subjekty** nezbytná k pochopení širšího kontextu politické reklamy a jejích cílů, a za **předpokladu, že prvky stanovené v odstavci 2 tohoto článku jsou zachovány.**

#### Článek 8

##### Pravidelné podávání zpráv o službách politické reklamy

1. [...] Vydavatelé **politické** reklamy zahrnou informace o částkách nebo hodnotě jiných výhod, které obdrželi částečně nebo úplně [...] za **poskytnuté** služby, včetně informací o použití metod cílení a zvyšování dosahu, a to souhrnně za jednotlivé kampaně, **jako přílohu** [...] zprávy o vedení podniku ve smyslu článku 19 směrnice 2013/34/EU [...].
2. Odstavec 1 se nepoužije na podniky splňující podmínky podle čl. 3 **odst. 1 až** [...] 3 [...] směrnice 2013/34/EU.

#### Článek 9

##### Upozornění na potenciálně nezákonnou politickou reklamu

- 1.[...] [...]Vydavatelé **politické** reklamy [...] **fyzickým nebo právníckým osobám** umožní bezplatně [...] dostávat upozornění na to, že určitá reklama, kterou zveřejnili, je v rozporu s tímto nařízením.

- 2.[...] Informace o způsobu upozorňování na politickou reklamu podle odstavce 1 jsou uživatelsky přívětivé a snadno dostupné, a to i přímo z oznámení o transparentnosti. [...] Vydavatelé politické reklamy umožní podávání **oznámení** [...] uvedených v odstavci 1 elektronickými prostředky.
3. ***Vydavatelé politické reklamy podniknou přiměřené kroky, aby s náležitou péčí, objektivně a bez zbytečného odkladu vyřešili oznámení obdržaná podle odstavce 1, a to tak, že kontaktují příslušného poskytovatele služeb politické reklamy a případně zadavatele.***
- 3a[...] [...] Vydavatelé [...] **politické** reklamy informují **alespoň** na **požádání a bez zbytečného odkladu osoby, které učinily oznámení podle odstavce 1**, o následných opatřeních [...]. ***Vydavatelé politické reklamy, kteří splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1 směrnice 2013/34/EU, vynaloží veškeré úsilí s cílem zajistit soulad s tímto odstavcem.***
- 3b. ***V posledním měsíci před volbami nebo referendem vydavatelé politické reklamy, kteří jsou velmi velkými online platformami ve smyslu nařízení (EU) 2022/XXX [akt o digitálních službách], vyřeší veškerá obdržaná oznámení ohledně reklamy spojené s těmito volbami nebo referendem do 48 hodin.***
- 4.[...] Na opakovaná oznámení podle odstavce 1 týkající se téže reklamy nebo reklamní kampaně lze reagovat hromadně, a to i odkazem na oznámení na internetových stránkách příslušného vydavatele politické reklamy.

## Článek 10

### Předávání informací příslušným orgánům

1. ***Za účelem ověření souladu s články 6, 7 a 8*** [...] mají příslušné vnitrostátní orgány pravomoc žádat, aby [...] poskytovatelé služeb politické reklamy předali [...] **veškeré nezbytné** [...] informace. Předávané informace **jsou** [...] úplné, přesné a důvěryhodné a poskytují se v jasném, uceleném, konsolidovaném a srozumitelném formátu. Pokud je to technicky možné, předávají se informace ve strojově čitelném formátu.

- 1a.** Žádost *vedená v odstavci 1* musí obsahovat tyto údaje:
- a) odůvodnění vysvětlující cíl, pro který jsou informace požadovány, a zdůvodnění, proč je žádost nezbytná a přiměřená, ledaže žádost sleduje cíl prevence, **odhalování, vyšetřování [...] a stíhání trestných činů nebo závažných správních přestupků** a sdělení důvodů žádosti by tento cíl ohrozilo;
  - b) informace o nápravě, kterou má k dispozici příslušný poskytovatel služeb a zadavatel služby politické reklamy.
2. Po obdržení žádosti podle odstavce 1 poskytovatelé služeb politické reklamy do dvou pracovních dnů potvrdí přijetí této žádosti a informují orgán o krocích přijatých k jejímu vyřízení. Příslušný poskytovatel služeb poskytne požadované informace do deseti pracovních dnů. **Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1 až 3 směrnice 2013/34/EU, však vynaloží přiměřené úsilí s cílem poskytnout požadované informace do patnácti pracovních dnů.**
- 2a.** *Odchylně od odstavce 3 poskytnou v posledním měsíci před volbami nebo referendem poskytovatelé služeb politické reklamy požadované informace do 48 hodin. Poskytovatelé služeb politické reklamy, kteří splňují podmínky podle čl. 3 odst. 1 až 3 směrnice 2013/34/EU, však vynaloží přiměřené úsilí s cílem poskytnout požadované informace bez zbytečného odkladu a pokud možno před termínem voleb nebo referenda.*
3. Poskytovatelé služeb politické reklamy určí kontaktní místa pro interakci s příslušnými vnitrostátními orgány. Poskytovatelé služeb politické reklamy, **kteří splňují podmínky podle [...] čl. 3 odst. 1 až 3 směrnice 2013/34/EU**, mohou jako kontaktní místo určit externí fyzickou osobu.



### **Předávání informací jiným zúčastněným subjektům**

1. Poskytovatelé služeb politické reklamy na *žádost zúčastněných subjektů* [...] *bezplatně* předají *těmto* subjektům [...] informace, *které musí mít podle* [...] článků [...] 6 a 7 k dispozici[...].

2. Zúčastněné subjekty, které žádají o předání informací podle odstavce 1, jsou nezávislé na obchodních zájmech a spadají do jedné nebo více z těchto kategorií:

- a) prověření výzkumní pracovníci v souladu s článkem 31 nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách];
- 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) politické subjekty [...]; [...]
- d) národní nebo mezinárodní volební pozorovatelé *uznaní* [...] v členském státě[...];  
*nebo*

*da) novináři.*

[...]

3. Na žádost zúčastněného subjektu vyvine poskytovatel služeb maximální úsilí, aby požadované informace nebo odůvodněnou odpověď podle odstavce 5 poskytl do jednoho měsíce.

4. Při přípravě informací, které mají být poskytnuty podle odstavce 1, může poskytovatel služeb příslušné částky uvést souhrnně nebo uvést rozpětí, a to v rozsahu nezbytném k ochraně jeho oprávněných obchodních zájmů.
5. Jsou-li žádosti podané podle odstavce 1 zjevně nedůvodné, nejasné nebo nepřiměřené, zejména z důvodu nejasnosti, může poskytovatel služeb odmítnout žádosti vyhovět. V takovém případě zašle příslušný poskytovatel služeb zúčastněnému subjektu, který žádost podal, odůvodněnou odpověď a **informace o možnostech nápravy**.
6. Pokud je **zpracování** žádostí podle odstavce 1 [...] spojeno se značnými náklady, může poskytovatel služeb účtovat přiměřený a úměrný poplatek, který v žádném případě nepřekročí administrativní náklady na poskytnutí požadovaných informací.
7. V případě tvrzení, že žádost je zjevně nedůvodná, nejasná nebo nepřiměřená nebo že [...] zpracování žádostí vyžaduje značné náklady, nese důkazní břemeno poskytovatel služeb.

# KAPITOLA III – CÍLENÍ A ZVYŠOVÁNÍ DOSAHU POLITICKÉ REKLAMY

## Článek 12

### **Zákazy [...] týkající se cílení a zvyšování dosahu**

1. Metody cílení nebo zvyšování dosahu, které zahrnují zpracování *zvláštních kategorií* osobních údajů uvedených v čl. 9 odst. 1 nařízení (EU) 2016/679 a čl. 10 odst. 1 nařízení (EU) 2018/1725, jsou v souvislosti s politickou reklamou zakázány.
2. ***Odstavec 1*** [...] [...] se nepoužije na situace uvedené v čl. 9 odst. 2 písm. a) [...] nařízení (EU) 2016/679 a čl. 10 odst. 2 písm. a) [...] nařízení (EU) 2018/1725. ***Pro účely provádění tohoto odstavce se výslovný souhlas ve smyslu nařízení (EU) 2016/679 a nařízení (EU) 2018/1725 uděluje odděleně a konkrétně pro účely politické reklamy.***
- 2a. ***Odstavec 1 se nepoužije na situace uvedené v čl. 9 odst. 2 písm. d) nařízení (EU) 2016/679 a čl. 10 odst. 2 písm. d) nařízení (EU) 2018/1725.***
3. ***Metody cílení nebo zvyšování dosahu, které zahrnují zpracování osobních údajů subjektu, o němž je s přiměřenou jistotou známo, že alespoň o jeden rok nedosahuje volebního věku stanoveného vnitrostátními předpisy v souvislosti s politickou reklamou, jsou zakázány.***

## Článek 12a

### **Zvláštní požadavky týkající se cílení a zvyšování dosahu**

- 1[...]. Při používání metod cílení nebo zvyšování dosahu v souvislosti s politickou reklamou zahrnujících zpracování osobních údajů správci mají kromě požadavků stanovených v nařízení (EU) 2016/679 a případně v nařízení (EU) 2018/1725 povinnost dodržovat následující požadavky:

- a) přijmout, [...] zavést a **zpřístupnit veřejnosti** interní zásady, které jasně a srozumitelným jazykem popíší, **jak** [...] se tyto metody **používají** [...], a uchovávat tyto zásady po dobu pěti let od **posledního použití těchto metod**;
- b) vést záznamy o použití cílení nebo zvyšování dosahu, o příslušných použitých mechanismech, metodách a parametrech a o zdroji (zdrojích) použitých osobních údajů;
- c) spolu s **upozorněním, že se jedná o** politickou reklamu, **zajistit poskytování** [...] dalších informací nezbytných k tomu, aby dotyčná osoba mohla pochopit logiku a hlavní parametry použité metody, jakož i použití údajů třetích stran a dalších analytických technik. **Tyto informace zahrnují alespoň tyto prvky:**
- i) **zvláštní skupiny cílových konečných příjemců, včetně parametrů použitých k určení příjemců, mezi něž je reklama šířena;**
  - ii) **kategorie a zdroje osobních údajů použité k cílení a zvyšování dosahu;**

Informace, **kte**ré mají být uvedeny, zahrnují také [...] údaje z přílohy II.

- ca) [...] spolu s reklamou [...] nebo v oznámení o transparentnosti požadovaném podle článku 7 **uvést** odkaz na účinné prostředky na podporu jednotlivců při výkonu jejich práv podle nařízení (EU) 2016/679 **nebo případně nařízení (EU) 2018/1725, zejména odkaz na právo jednotlivců udělit nebo případně odvolat souhlas a právo vznést námitku. Tento odkaz musí obsahovat odkaz na rozhraní umožňující výkon tohoto práva.**

2[...]. [...] V případě, že vydavatel **politické** reklamy není správcem, předá správce interní zásady a **zajistí, aby byly vydavateli politické reklamy sděleny informace uvedené v odst. 1 písm. c) a ca)** [...], **aby mohl vydavatel politické reklamy plnit 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.**

5. [...]

- 4[...]. Informace, které mají být poskytnuty v souladu s **odstavci 1 až 3** [...], se předkládají ve formátu, který je snadno přístupný, a pokud je to technicky možné, strojově čitelný, jasně viditelný a uživatelsky přívětivý, včetně použití srozumitelného jazyka.
7. [...]
- 5[...]. Komisi je svěřena pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci v souladu s článkem 19 za účelem změny přílohy II **doplněním** nebo změnou [...] údajů ze seznamu informací v **něm uvedených**, [...] s ohledem na technologický vývoj, [...] příslušný vědecký výzkum, vývoj v oblasti dohledu ze strany příslušných orgánů a **relevantní pokyny vydané příslušnými subjekty a za předpokladu, že jsou zachovány prvky stanovené v odst. 1 písm. c) tohoto článku.**

### Článek 13

#### **Předávání informací o cílení nebo zvyšování dosahu dalším zúčastněným subjektům**

1. [...] [...]Správci [...] přijmou vhodná opatření, aby na žádost zúčastněných subjektů v souladu s čl. 11 odst. 1, a **bezplatně**, předali informace uvedené v článku 12a.
2. Ustanovení čl. 11 odst. 2 až 7 se použijí obdobně.

## KAPITOLA IV – DOHLED A PROSAZOVÁNÍ

### Článek 14

#### Právní zástupce

1. Poskytovatelé služeb, kteří poskytují služby politické reklamy v Unii, ale nemají v Unii provozovnu, písemně pověří fyzickou nebo právnickou osobu jako svého právního zástupce v jednom z členských států, kde nabízejí své služby. ***Pověřený právní zástupce se zaregistruje u příslušného orgánu uvedeného v odstavci 2a.***
  - 1a. ***Pokud poskytovatelé služeb politické reklamy nesplní povinnost podle odstavce 1, přijmou členské státy veškerá vhodná opatření k zajištění souladu s tímto nařízením, včetně přerušeni zveřejňování nebo šíření příslušné politické reklamy, nelze-li soulad zajistit jiným způsobem.***
2. Tento právní zástupce odpovídá za to, aby zastupovaný poskytovatel služeb dodržoval své povinnosti podle tohoto nařízení, a je adresátem veškeré komunikace s příslušným poskytovatelem služeb stanovené v tomto nařízení. Jakákoliv komunikace s právním zástupcem se považuje za komunikaci se zastupovaným poskytovatelem služeb.
  - 2a. ***Členské státy určí jeden příslušný orgán odpovědný za zveřejňování informací o pověřených právních zástupcích zaregistrovaných podle odstavce 1 online a za jejich pravidelnou aktualizaci. Členské státy poskytnou odkazy na příslušné internetové stránky Komisi.***
  - 2b. ***Komise zřídí portál odkazující na internetové stránky poskytnuté členskými státy podle odstavce 2a.***

### Příslušné orgány a kontaktní místa

1. Dozorové úřady uvedené v článku 51 nařízení (EU) 2016/679 nebo v článku 52 nařízení (EU) 2018/1725 jsou příslušné ke sledování uplatňování ustanovení článků 12 a **12a** 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 12 a 12a* tohoto nařízení, se použije kapitola VII nařízení (EU) 2016/679.
2. Členské státy určí příslušné orgány, které budou sledovat, zda poskytovatelé zprostředkovatelských služeb ve smyslu nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách] plní své případné povinnosti stanovené v člancích 5 až 11 a článku 14 tohoto nařízení. Příslušné orgány určené podle nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách] mohou být rovněž jedním z orgánů příslušných ke kontrole dodržování povinností stanovených v člancích 5 až 11 a článku 14 tohoto nařízení ze strany online zprostředkovatelů. Koordinátor digitálních služeb uvedený v článku 38 nařízení (EU) 2021/XXX v každém členském státě odpovídá za zajištění koordinace na vnitrostátní úrovni, pokud jde o poskytovatele zprostředkovatelských služeb, jak jsou definováni v nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách]. Pro záležitosti týkající se uplatňování tohoto nařízení, pokud jde o poskytovatele zprostředkovatelských služeb, se použijí ustanovení čl. 45 odst. 1 až 4 a čl. 46 odst. 1 nařízení (EU) 2021/XXX [akt o digitálních službách].
3. Každý členský stát určí jeden nebo více příslušných orgánů odpovědných za uplatňování a prosazování aspektů tohoto nařízení, které nejsou uvedeny v odstavcích 1 a 2. ***Tyto příslušné orgány se mohou lišit od orgánů uvedených v odstavcích 1 a 2.*** Každý příslušný orgán určený podle tohoto odstavce je strukturálně zcela nezávislý jak na odvětví, tak na jakémkoli vnějším zásahu nebo politickém tlaku. Zcela nezávisle a účinně sleduje a přijímá nezbytná a přiměřená opatření k zajištění dodržování tohoto nařízení.

4. [...]
5. Příslušné orgány uvedené v odstavci 3 mají při výkonu svých **úkolů a pravomocí v oblasti dohledu a prosazování pravidel** [...] v souvislosti s tímto nařízením pravomoc:
- aa) požádat o přístup k údajům, dokumentům nebo jakýmkoli nezbytným informacím, zejména od dotčeného zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy;**
- a) vydávat varování určená poskytovatelům služeb politické reklamy ohledně nedodržování povinností podle tohoto nařízení;
- aa) nařídit ukončení porušování předpisů a požadovat od zadavatelů nebo poskytovatelů služeb politické reklamy, aby přijali opatření nezbytná k dosažení souladu s tímto nařízením, a to při respektování základního práva na svobodu projevu a informací,**
- b) zveřejnit prohlášení, které identifikuje právnickou a fyzickou osobu (osoby) odpovědnou (odpovědně) za porušení povinnosti stanovené tímto nařízením a povahu tohoto porušení;
- c) uložit [...] pokuty **nebo** [...] finanční sankce [...] a **případně jiné opravné prostředky s cílem účinně ukončit porušování předpisů nebo požádat soudní orgán ve svém členském státě, aby tak učinil;**
6. Členské státy zajistí **účinnou a strukturovanou** spolupráci na **vnitrostátní úrovni** mezi **všemi relevantními** příslušnými orgány **určenými podle odstavců 1 až 3** [...] s cílem usnadnit rychlou a bezpečnou výměnu informací o otázkách souvisejících s plněním jejich úkolů a **pravomocí** v oblasti dohledu a prosazování pravidel podle tohoto nařízení, včetně [...] sdílení zjištění a odborných znalostí s **cílem pomoci identifikovat protiprávní jednání** a spolupráce při uplatňování a prosazování příslušných pravidel.



- 6a. *Odborníci určení členskými státy pořádají pravidelná setkání na úrovni Unie, zejména v rámci Evropské sítě pro volební spolupráci, která úzce spolupracuje se skupinou evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby a dalšími příslušnými sítěmi, aby se usnadnila rychlá a bezpečná výměna informací o otázkách souvisejících s plněním jejich úkolů v oblasti dohledu a prosazování pravidel podle tohoto nařízení.*
7. Každý členský stát určí jeden příslušný orgán jako kontaktní místo na úrovni Unie pro účely tohoto nařízení.

### *Článek 15a*

#### *Přeshraniční spolupráce*

1. *Dodržování tohoto nařízení poskytovateli služeb politické reklamy 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. 15 odst. 1 a 2 a odstavec 1 tohoto článku, [...] poskytují si příslušný orgán **nebo 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. 15 odst. 5**[...]. [...] [...] Příslušný orgán [...] **po obdržení odůvodněné žádosti o informace od příslušného orgánu jiného členského státu** prostřednictvím kontaktních míst uvedených v **čl. 15 odst. 7 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 orgán členského státu důvod se domnívat, že poskytovatel služeb politické reklamy, který má hlavní provozovnu v jiném členském státě, toto nařízení na jeho území porušil, oznámí to příslušnému orgánu hlavní provozovny prostřednictvím kontaktního místa uvedeného v čl. 15 odst. 7.**
5. **Oznámení podle odstavce 4 musí být řádně odůvodněné a obsahovat alespoň tyto informace:**
- a) **informace umožňující identifikaci poskytovatele služeb politické reklamy;**

- b) *popis relevantních skutečností, příslušných ustanovení tohoto nařízení a důvodů, proč má příslušný orgán, který zaslal oznámení, podezření, že dotčený poskytovatel služeb toto nařízení porušil, případně včetně popisu skutečností, které by umožnily posoudit kritéria stanovená v čl. 16 odst. 3;*
  - c) *místo, kde je možné příslušnou politickou reklamu nebo její kopii vyhledat;*
  - d) *jakékoli další informace, které příslušný orgán, jenž oznámení zaslal, považuje za relevantní, případně včetně informací shromážděných z jeho vlastního podnětu.*
6. *Pokud příslušný orgán hlavní provozovny nemá dostatečné informace, aby mohl na základě oznámení uvedeného v odstavci 4 jednat, může si od příslušného orgánu, který učinil oznámení, vyžádat doplňující informace, a ten je bez zbytečného odkladu poskytnoute.*
7. *Příslušný orgán hlavní provozovny 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, své posouzení domnělého porušení předpisů a další 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 nemá hlavní provozovnu, může příslušný orgán hlavní provozovny zahájit a vést společné vyšetřování za účasti dotčeného příslušného orgánu nebo dotčených orgánů:*
- a) *z vlastního podnětu a po obdržení souhlasu požadovaného příslušného orgánu nebo orgánů; nebo*

b) *na žádost jiného příslušného orgánu nebo orgánů na základě odůvodněného podezření, že poskytování služeb politické reklamy poskytovatelem služeb usazeným v členském státě hlavní provozovny porušilo toto nařízení nebo podstatně ovlivnilo 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 se v rámci společného vyšetřování vzájemně informují o veškerých relevantních donucovacích opatřeních, která zahájí nebo zamýšlejí zahájit.*

## Článek 16

### Sankce

1. [...] Členské státy stanoví pravidla pro ukládání sankcí, včetně [...] pokut **nebo** [...] peněžitých trestů [...] a **případně jiných opravných prostředků**, které se vztahují na poskytovatele služeb politické reklamy [...] za porušení předpisů **podle článků 5 až 11, 13 a 14 a na zadavatele za porušení předpisů podle článků 5 a 6a**. Sankce [...] jsou v každém jednotlivém případě účinné, přiměřené a odrazující. **Při stanovování použitelných sankcí se zohlední pravidla upravující svobodu tisku a svobodu projevu v jiných sdělovacích prostředcích a pravidla nebo kodexy upravující novinářskou profesi.**

**1a. Maximální výše finanční sankce, která může být uložena, je založena na ekonomických možnostech subjektu, na něž se sankce vztahují, a to:**

- a) 4 % ročního příjmu nebo rozpočtu zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy, podle toho, která hodnota je nejvyšší, nebo**
- b) 4 % ročního celosvětového obrátu zadavatele nebo poskytovatele služeb politické reklamy v předchozím účetním období.**

2. Členské státy do dvanácti měsíců od data vstupu nařízení v platnost uvědomí o takových pravidlech Komisi a neprodleně ji informují o veškerých pozdějších změnách těchto pravidel.

3. Při rozhodování o druhu sankcí[...] a jejich výši se v každém jednotlivém případě náležitě zohlední mimo jiné následující skutečnosti:

- a) povaha, závažnost 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 a
- e) stupeň spolupráce s příslušným orgánem.

**ea) případně velikost a ekonomické možnosti subjektu, na něž se sankce vztahují.**

4. Porušení článků **7, 9 a 10** 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 referenda* konají.
5. [...]
6. Za porušení povinností stanovených v člancích 12 a **12a** mohou dozorové úřady 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 12 a **12a** může dozorový úřad 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.

### **Článek 16a**

#### ***Oznámení příslušnému orgánu***

***Aniž je dotčeno jakékoli jiné správní řízení nebo soudní opravný prostředek, příslušné orgány řádně zareagují na každé oznámení o možném porušení tohoto nařízení, které obdrží, a osobu, která oznámení učinila, alespoň na žádost informují 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 referendem vyřizují bez zbytečného odkladu.***

## Článek 17

### Zveřejnění termínů voleb a referend[...]

1. Členské státy zveřejní na snadno přístupném místě termíny *voleb a referend* [...] spolu s vhodným odkazem na toto nařízení.
2. ***Komise zajistí portál, jehož prostřednictvím členské státy zveřejní termíny svých voleb nebo referend neprodleně po jejich oznámení. Portál bude veřejně přístupný.***

# KAPITOLA V – ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

## Článek 18

### Hodnocení a přezkum

1. Do dvou let po každých volbách do Evropského parlamentu a poprvé nejpozději do 31. prosince 2026 předloží Komise zprávu o hodnocení a přezkumu tohoto nařízení. V uvedené zprávě se posoudí, zda je potřeba toto nařízení změnit, *zejména s ohledem na:*
  - a) *účinnost tohoto nařízení, pokud jde o konkrétní prostředky politické reklamy;*
  - b) *další omezení zpracování osobních údajů pro účely metod cílení a zvyšování dosahu upravených tímto nařízením;*
  - c) *dopad tohoto nařízení na malé a střední mediální subjekty;*
  - d) *druh a výši sankcí uložených členskými státy;*
  - e) *zřízení veřejných archivů pro veškerou politickou reklamu online.*
2. Zpráva se zveřejní.

## Článek 19

### 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. 7 odst. 8 a čl. **12a odst. 5**[...]je svěřena Komisi na dobu **3 let ode ...[datum vstupu základního legislativního aktu v platnost nebo jakékoli jiné datum určené spolunormotvůrcij]. 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. 7 odst. 8 a čl. **12a odst. 5**[...] kdykoliv zrušit. Rozhodnutím o zrušení se ukončuje přenesení pravomoci v něm 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.
- 3a. *Před přijetím aktu v přenesené pravomoci podle čl. 7 odst. 8 nebo čl. 12a odst. 5 vede Komise 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.***
4. Přijetí aktu v přenesené pravomoci Komise neprodleně oznámí současně Evropskému parlamentu a Radě.
5. Akt v přenesené pravomoci přijatý podle čl. 7 odst. 8 nebo čl. **12a odst. 5**[...] vstoupí v platnost, pouze pokud proti němu Evropský parlament nebo Rada nevysloví námitku 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 20

**Vstup v platnost a použitelnost**

1. Toto nařízení vstupuje v platnost dvacátým dnem po vyhlášení v Úředním věstníku Evropské unie.
2. Použije se *po uplynutí dvanácti měsíců od vyhlášení v Úředním věstníku Evropské unie [...]*.
3. Toto nařízení je závazné v celém rozsahu a přímo použitelné ve všech členských státech.

V Bruselu dne

*Za Evropský parlament*  
*předsedkyně*

*Za Radu*  
*předseda/předsedkyně*

---

**Informace poskytované podle čl. 7 odst. 2**

- a) pokud oznámení není součástí samotné reklamy, vzor/znázornění příslušné politické reklamy nebo odkaz na ni;
- b) totožnost a místo usazení zadavatele, který šíření reklamy zadal, včetně jména/názvu, adresy, telefonního čísla a e-mailové adresy a informace, zda se jedná o fyzickou nebo právnickou osobu;
- ba) *informace požadované podle písmene b) o fyzické nebo právnické osobě, která poskytuje odměnu za politickou reklamu, pokud tato osoba není zadavatelem;***
- c) období, během něž je politická reklama šířena, a v relevantních případech také skutečnost, že stejná reklama byla šířena v minulosti, je-li to vydavateli známo;
- d) všechny volby, s nimiž je reklama případně spojena;
- e) předběžná souhrnná částka vynaložená na konkrétní reklamu a případně danou reklamní kampaň a hodnota jiných výhod, které představují odměnu za danou reklamu nebo její část, včetně přípravy, umístění, propagace, zveřejňování a šíření politických reklam, stejně jako souhrnná skutečně vynaložená částka a hodnota dalších obdržených výhod, jakmile jsou známy;
- f) ***informace o zdrojích finančních prostředků použitých na danou reklamní kampaň, včetně zdrojů na přípravu, umístění, propagaci, zveřejňování a šíření politických reklam;***
- g) smysluplné informace o metodice použité k výpočtu částek a hodnot uvedených v písmenu e);

- h) je-li vydavatelem velmi velká online platforma, odkaz na umístění reklamy v databázi reklam vydavatele;
- i) je-li reklama spojena s konkrétními volbami nebo referendy, odkazy na oficiální informace o způsobech účasti v daných volbách nebo referendu;
- j) informace o mechanismu zřízeném podle článku 9.

**Informace poskytované podle čl. 12a odst. 1[...]**

- a) konkrétní skupiny cílových příjemců, včetně parametrů používaných k určení příjemců, jimž je reklama zobrazována, se stejnou mírou podrobnosti, na níž jsou uváděny informace o cílení, kategorie osobních údajů používaných k cílení a zvyšování dosahu, záměr cílení a zvyšování dosahu, mechanismy a použitý postup, včetně parametrů pro zařazení a vyloučení parametrů a důvodů pro jejich volbu;
- b) období šíření, počet osob, kterým je reklama zobrazována, a údaje o velikosti cílového publika mezi příslušnými voliči;
- c) zdroj osobních údajů uvedených v písmenu a) včetně případných informací o tom, že osobní údaje byly vyvozeny, odvozeny nebo získány od třetí osoby, a totožnosti této třetí osoby a odkaz na oznámení o ochraně osobních údajů dané třetí osoby vztahující se na dané zpracování;
- d) odkaz na účinné prostředky na podporu výkonu práv fyzických osob podle nařízení (EU) 2016/679 nebo případně nařízení (EU) 2018/1725 v rámci cílení politické reklamy a zvyšování jejího dosahu na základě osobních údajů těchto fyzických osob;
- da) odkaz na zásady nebo jasné uvedení místa, kde je možné zásady uvedené v čl. 12a odst. 1 písm. a) snadno vyhledat.*

---