



Eiropas Savienības  
Padome

Briselē, 2022. gada 13. decembrī  
(OR. en)

---

---

**Starpiestāžu lieta:  
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

#### **DARBA REZULTĀTI**

---

Sūtītājs:	Padomes Ģenerālsēkretariāts
Saņēmējs:	delegācijas
Iepri. dok. Nr.:	15669/22
K-jas dok. Nr.:	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
Temats:	Priekšlikums – EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULA par politiskās reklāmas pārredzamību un mērķorientēšanu – vispārēja pieeja

---

Šīs piezīmes pielikumā ir pievienots vispārējās pieejas teksts, par kuru Vispārējo lietu padome vienojās 2022. gada 13. decembra sanāksmē.

Priekšlikums

**EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULA  
par politiskās reklāmas pārredzamību un mērķorientēšanu**

(Dokuments attiecas uz EEZ)

EIROPAS PARLAMENTS UN EIROPAS SAVIENĪBAS PADOME,

ņemot vērā Līgumu par Eiropas Savienības darbību un jo īpaši tā 16. un 114. pantu,

ņemot vērā Eiropas Komisijas priekšlikumu,

pēc leģislatīvā akta projekta nosūtīšanas valstu parlamentiem,

ņemot vērā Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinumu <sup>1</sup>,

ņemot vērā Reģionu komitejas atzinumu <sup>2</sup>,

saskaņā ar parasto likumdošanas procedūru,

---

<sup>1</sup> OV C , , . lpp.

<sup>2</sup> OV C , , . lpp.

tā kā:

- (1) Politiskās reklāmas piedāvājums un pieprasījums aug, un arvien biežāk tai ir pārrobežu raksturs. Ar šo darbību ir saistīts plašs daudzveidīgu pakalpojumu klāsts – tos arvien lielākā skaitā piedāvā, piemēram, politisko konsultāciju uzņēmumi, reklāmas aģentūras, reklāmas tehnoloģiju ("*ad-tech*") platformas, sabiedrisko attiecību uzņēmumi, ietekmētāji un dažādi datu analīzes un starpniecības pakalpojumu sniedzēji. Politiskā reklāma var izpausties dažādos veidos, arī kā apmaksāts saturs, sponsorēti meklēšanas rezultāti, apmaksāti mērķorientēti vēstījumi, popularizēšana rangos, saturā integrēta kāda produkta vai personas popularizēšana, piemēram, produktu izvietošana, ietekmētāju sniegti un citi ieteikumi. Saistītās darbības var ietvert, piemēram, politiskās reklāmas izplatīšanu pēc sponsora pieprasījuma vai satura publicēšanu par samaksu.
- (2) Politisko reklāmu var izplatīt vai publicēt pāri robežām, izmantojot dažādus līdzekļus un medijus. To var izplatīt vai publicēt tradicionālajos bezsaistes medijos, piemēram, laikrakstos, televīzijā un radio, kā arī arvien biežāk tiešsaistes platformās, tīmekļa vietnēs, mobilajās lietotnēs, datorspēlēs un citās digitālajās saskarnēs. Reklāma digitālajās saskarnēs tiek īpaši bieži piedāvāta pārrobežu kontekstā, un tā arī rada jaunas un sarežģītas regulējuma un izpildes panākšanas problēmas. Ievērojami palielinās tiešsaistes politiskās reklāmas izmantošana, un daži politiskās reklāmas lineārie bezsaistes formāti, piemēram, radio un televīzija, tiek piedāvāti arī tiešsaistē kā pakalpojumi pēc pieprasījuma. Politiskās reklāmas kampaņas parasti tiek organizētas tā, lai izmantotu dažādus medijus un formātus.
- (3) Tā kā reklāmu, arī politisko reklāmu, parasti sniedz pret atlīdzību, ***kura var ietvert labumu natūrā***, saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienības darbību (LESD) 57. pantu politiskā reklāma ir pakalpojums. Amsterdamas līgumam pievienotajā 22. deklarācijā attiecībā uz personām ar invaliditāti dalībvalstu valdību pārstāvju konference vienojās, ka, izstrādājot pasākumus saskaņā ar LESD 114. pantu, Savienības iestādēm ir jāņem vērā personu ar invaliditāti vajadzības.

(4) Nepieciešamība nodrošināt pārredzamību ir likumīgs mērķis sabiedrības interesēs, kurš atbilst ES un tās dalībvalstu kopīgajām vērtībām saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienību (LES) 2. pantu. Iedzīvotājiem ne vienmēr ir viegli atpazīt politiskās reklāmas un apzināti izmantot savas demokrātiskās tiesības. *Arvien sarežģītāki dezinformācijas paņēmieni, aktoru dažādošanās, jauno tehnoloģiju straujā attīstība un manipulatīvas iejaukšanās pastiprināta izplatīšanās ir būtiski izaicinājumi Savienībai un dalībvalstīm. Politiskā reklāma var būt dezinformācijas nesējs, jo īpaši tad, ja reklāmā netiek atklāts tās politiskais raksturs un ja tā ir mērķorientēta vai pastiprināta.* Lai atbalstītu atklātas un godīgas politiskās debates, *nodrošinot demokrātiskas politiskās kampaņas*, un brīvas un taisnīgas vēlēšanas vai referendumus, kā arī lai cīnītos pret dezinformāciju un nelikumīgu iejaukšanos, arī no ārvalstīm, cita starpā ir nepieciešams augsts pārredzamības līmenis. [...]. Lai vēlētāji varētu izdarīt apzinātu izvēli, politiskās reklāmas pārredzamība palīdz viņiem labāk saprast, kad viņiem tiek piedāvāta politiskā reklāma, kā vārdā šī reklāma tiek izplatīta un kādā veidā reklāmas pakalpojumu sniedzējs pie viņiem vēršas.

*(4.a) Šīs regulas mērķis ir nodrošināt politiskās reklāmas sniegšanu, pilnībā ievērojot pamattiesības, tostarp datu aizsardzības tiesības.*

- (5) Saistībā ar politisko reklāmu **bieži tiek izmantotas** mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, **kuru pamatā ir persondatu, tostarp novēroto un izrietošo persondatu, apstrāde, piemēram, dati, kas atklāj politiskos uzskatus un citas īpašas datu kategorijas** [...]. Ar mērķorientēšanas [...] metodēm būtu jāsaprot metodes, ko izmanto, lai [...] politisko reklāmu adresētu tikai konkrētai personai vai personu grupai, **parasti pielāgojot saturu, pamatojoties uz persondatu apstrādi, neatkarīgi no tā, kā persondati ir iegūti. Pastiprināšanas metodes, kas ietver daudzas dažādas optimizācijas un reklāmas piegādes metodes, ir vērstas uz to** [...], lai palielinātu politiskās reklāmas apriti, ar to sasniegto cilvēku skaitu vai redzamību, **pamatojoties uz persondatu apstrādi, neatkarīgi no tā, kā persondati ir iegūti.** Ņemot vērā to, kāda ir ietekme un iespējas ļaunprātīgi izmantot persondatus **ar[...]** mērķorientēšanu, cita starpā ar mikromērķorientēšanu un citām attīstītām metodēm, šādas metodes var jo īpaši apdraudēt tādas likumīgas sabiedrības intereses kā taisnīgumu, vienlīdzīgas iespējas un pārredzamību vēlēšanu procesā un pamattiesības uz objektīvu, pārredzamu un plurālistisku informāciju.
- (6) Politiskā reklāma dalībvalstīs pašlaik tiek regulēta neviendabīgi, un daudzos gadījumos regulēšanas pasākumi ir vērsti uz tradicionālajiem mediju formātiem. Pastāv īpaši ierobežojumi, arī attiecībā uz politiskās reklāmas pakalpojumu pārrobežu sniegšanu. Dažas dalībvalstis aizliedz ES pakalpojumu sniedzējiem, kuru iedibinājuma vieta ir kādā citā dalībvalstī, sniegt politiska rakstura pakalpojumus vai pakalpojumus ar politisku mērķi vēlēšanu periodā. Tajā pašā laikā dažās dalībvalstīs, iespējams, pastāv trūkumi un nepilnības valsts tiesību aktos, kā rezultātā politiskā reklāma dažkārt tiek izplatīta, neievērojot attiecīgos valsts noteikumus un tādējādi potenciāli apdraudot politiskās reklāmas pārredzamības regulējuma mērķi.
- (7) Lai nodrošinātu labāku politiskās reklāmas pārredzamību, arī ar mērķi novērst iedzīvotāju bažas, dažas dalībvalstis jau ir izpētījušas vai apsver papildu pasākumus, kas uzlabotu politiskās reklāmas pārredzamību un atbalstītu godīgas politiskās debates un brīvas un taisnīgas vēlēšanas vai referendumus. Šie valsts pasākumi jo īpaši attiecas uz reklāmu, kas tiek publicēta un izplatīta tiešsaistē, un var ietvert papildu aizliegumus. Šie pasākumi ir dažādi – no ieteikumiem līdz saistošām prasībām, un tie ietver dažādus pārredzamības elementus.

- (8) Šāda situācija rada iekšējā tirgus sadrumstalotību un mazina juridisko noteiktību politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kuri veido, izvietoj, **popularizē**, publicē vai izplata politiskās reklāmas; tā arī rada šķēršļus saistīto pakalpojumu brīvai aprītei, kropļo konkurenci iekšējā tirgū, tajā skaitā starp bezsaistes un tiešsaistes pakalpojumu sniedzējiem, prasa sarežģītus atbilstības nodrošināšanas pasākumus un rada papildu izmaksas attiecīgajiem pakalpojumu sniedzējiem.
- (9) Šajā kontekstā ļoti iespējams, ka politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji atturēsies no politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanas pārrobežu situācijās. Tas jo īpaši attiecas uz mikrouzņēmumiem un MVU, kuriem bieži vien nav resursu, lai absorbētu vai segtu augstās atbilstības nodrošināšanas izmaksas, kas saistītas ar politiskās reklāmas izveidi, izvietojšanu, **popularizēšanu**, publicēšanu vai izplatīšanu vairāk nekā vienā dalībvalstī. Tas ierobežo pakalpojumu pieejamību un negatīvi ietekmē pakalpojumu sniedzēju iespējas ieviest inovācijas un iekšējā tirgū piedāvāt kampaņas vairākos medijos un vairākās valstīs.
- (10) Tāpēc, sniedzot politiskās reklāmas pakalpojumus, būtu jānodrošina konsekventa un augsta līmeņa politiskās reklāmas pārredzamība visā Savienībā, vienlaikus novēršot atšķirības, kas kavē saistīto pakalpojumu brīvu aprīti iekšējā tirgū, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem nosakot vienotus pārredzamības pienākumus, kas garantē personu tiesību vienotu aizsardzību un uzraudzību visā iekšējā tirgū saskaņā ar LESD 114. pantu.
- (11) Dalībvalstīm savos tiesību aktos nevajadzētu saglabāt vai ieviest noteikumus **par politiskās reklāmas pārredzamību, kas** atšķiras no šajā regulā paredzētajiem, jo īpaši stingrākus vai mazāk stingrus noteikumus, lai nodrošinātu atšķirīgu politiskās reklāmas pārredzamības līmeni. Ar politisko reklāmu saistīto pārredzamības prasību pilnīga saskaņošana palielina juridisko noteiktību un samazina to pienākumu sadrumstalotību, kas saistībā ar politisko reklāmu jāpilda pakalpojumu sniedzējiem.

- (12) Pilnīgai pārredzamības prasību saskaņošanai nevajadzētu skart politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju brīvību brīvprātīgi sniegt papildu informāciju par politisko reklāmu, **piemēram, uz konkrētas tiešsaistes politiskās reklāmas veikto klikšķu skaitu**, jo tā ir daļa no vārda **un informācijas** brīvības, kuru aizsargā Pamattiesību hartas 11. pants.
- (13) Šī regula **attiecas tikai uz noteikumu saskaņošanu par politiskās reklāmas pārredzamību, mērķorientēšanu un pastiprināšanu. Tā neietekmē ne [...] [...] politisko reklāmu saturu, ne Savienības vai dalībvalstu noteikumus, kas reglamentē citus ar politisko reklāmu saistītus aspektus, kuri nav ar šo regulu aptvertie aspekti. Tādējādi šī regula nemaina noteikumus, kas reglamentē politisko kampaņu norisi un finansēšanu, tostarp vispārējus politiskās reklāmas aizliegumus vai ierobežojumus konkrētos laikposmos, tā dēvētajos klusuma periodos, atsevišķu kampaņu līdzekļu devēju ziedojumus vai aizliegumus attiecībā uz komercreklāmas izmantošanu vēlēšanu kampaņas nolūkos [...] [...].**
- (13.a) **Piemērojot un izpildot šo regulu, būtu jāņem vērā mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu īpašās vajadzības saskaņā ar proporcionalitātes principu. Mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu jēdziens būtu jāsaprot Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1.–3. punkta nozīmē.**

(14) Regulā būtu jāparedz saskaņotas pārredzamības prasības, kas piemērojamas ekonomikas dalībniekiem, kuri piedāvā politisko reklāmu un saistītos pakalpojumus (t. i., darbības, kuras parasti tiek veiktas par atlīdzību, **kas var ietvert labumu natūrā**); konkrēti, šie pakalpojumi ietver politisko **reklāmu** [...] izveidi, izvietošanu, popularizēšanu, publicēšanu un izplatīšanu. Šīs regulas noteikumi, kas paredz politiskās reklāmas pakalpojumu augsta līmeņa pārredzamību, ir balstīti uz LESD 114. pantu. Šai regulai būtu jāattiecas arī uz tādu mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu saistībā ar [...] politisko reklāmu, **kuru pamatā ir** persondatu apstrāde, **neatkarīgi no tā, vai tas ietver pakalpojumu**. Šīs regulas noteikumi, kas attiecas uz mērķorientēšanas un pastiprināšanas izmantošanu, ir balstīti uz LESD 16. pantu. Par fiziskām personām dalībvalstī adresētu politisko reklāmu būtu jāuzskata arī reklāma, ko pilnībā izveidojuši, izvietojuši, **popularizējuši**, [...] publicējuši **vai izplatījuši** ārpus Savienības iedibinātie pakalpojumu sniedzēji, bet kas tiek izplatīta fiziskām personām Savienībā. Lai noteiktu, vai politiskā reklāma ir adresēta fiziskām personām dalībvalstī, būtu jāņem vērā faktori, kas to saista ar attiecīgo dalībvalsti, to skaitā valoda, konteksts, reklāmas mērķis un tās izplatīšanas līdzekļi.

**(14.a) Šīs regulas piemērošanā būtu jāņem vērā politiskās reklāmas publicēšanas vai izplatīšanas medija specifika, jo īpaši, lai saskaņā ar ES tiesību aktiem pielāgotu kārtību attiecīgi televīzijai, radio un laikrakstiem.**

(15) Savienības līmenī pašlaik nav noteiktas politiskās reklamēšanas vai politiskās reklāmas definīcijas. Lai noteiktu saskaņoto pārredzamības pienākumu un mērķorientēšanas un pastiprināšanas noteikumu piemērošanas jomu, ir vajadzīga vienota definīcija. Šai definīcijai būtu jāaptver daudzie politiskās reklamēšanas veidi un visi publicēšanas vai izplatīšanas līdzekļi un veidi Savienībā neatkarīgi no tā, vai avots atrodas Savienībā vai trešā valstī.



- (16) Politiskās reklamēšanas definīcijai būtu jāietver reklāma, ko tieši vai netieši *veido, izvieta, popularizē*, publicē vai izplata politiskais aktors vai kas tieši vai netieši tiek *veidota, izvietota, popularizēta*, publicēta vai izplatīta politiskā aktora vārdā vai uzdevumā. *Politisko reklāmu parasti tieši vai netieši kontrolē sponsors, kurš varētu būt politisks aktors un kurš jo īpaši varētu noteikt izveidotās, izvietotās, popularizētās, publicētās vai izplatītās politiskās reklāmas politisko raksturu, saturu vai publicēšanu. Dažreiz cita vienība var faktiski īstenot efektīvu kontroli pār sponsora attiecīgo lēmumu pieņemšanu, nodrošinot finansējumu vai izmantojot cita veida kontroli, tostarp korporatīvo kontroli. Tādēļ būtu jānodrošina, ka šajā regulā paredzētie pārredzamības standarti attiecas uz šādām situācijām.* Tā kā politiskā aktora, tā vārdā vai uzdevumā izplatītās reklāmas nevar nošķirt no tā darbības politiskā aktora statusā, var uzskatīt, ka tās var ietekmēt politiskās debates, izņemot tādus vēstījumus, kam ir tikai privāts vai tikai komerciāls raksturs. *Lai noteiktu, vai vēstījumam ir tikai privāts vai tikai komerciāls raksturs, ir jāņem vērā visi attiecīgie faktori, piemēram, tā saturs, valoda, kura tika izmantota vēstījums nosūtīšanai, konteksts, kurā vēstījums tika nosūtīts, tostarp izplatīšanas periods, vēstījuma mērķis un līdzekļi, ar kādiem vēstījums tiek popularizēts, publicēts vai izplatīts, un mērķauditorija. Vēstījumi politiskā aktora vārdā vai uzdevumā, kas tiek popularizēti, publicēti vai izplatīti potenciāli neierobežotam skaitam trešo personu, nebūtu jāuzskata par tikai privātiem vēstījumiem.*

- (17) Par politisko reklāmu būtu jāuzskata arī tas, ka citi aktori **popularizē**, publicē vai izplata vēstījumu, kas var ietekmēt **un ir vērsti** uz to, lai ietekmētu vēlēšanu vai referenduma iznākumu **vai vēlētajū uzvedību, vai** likumdošanas vai regulatīvo procesu [...] [...] **Savienības, valsts, reģionālā, vietējā vai politisko partiju līmenī. Būtu jāpastāv skaidrai un būtiskai saiknei starp vēstījumu un to, vai tas var ietekmēt vēlēšanu vai referenduma iznākumu, likumdošanas vai regulatīvo procesu vai vēlētajū uzvedību.** Lai noteiktu šādas saiknes esamību, [...] būtu jāņem vērā visi attiecīgie faktori, piemēram, **vēstījuma sponsors,** vēstījuma saturs, valoda, kura tika izmantota vēstījums nosūtīšanai, konteksts, kurā vēstījums tika nosūtīts, **tostarp izplatīšanas periods, piemēram, vēlēšanu periods,** vēstījuma mērķis, [...] līdzekļi, ar kādiem vēstījums tiek **popularizēts,** publicēts vai izplatīts, **un mērķauditorija.** Vēstījumi par sabiedriskiem vai strīdīgiem jautājumiem (**tā sauktā problēmjaudījumos balsīta reklāma**) var [...] ietekmēt **un ir vērsti uz to,** lai ietekmētu vēlēšanu vai referenduma iznākumu, likumdošanas vai regulatīvo procesu vai vēlētajū uzvedību.
- (18) **Lai nodrošinātu efektīvu saziņu ar plašu sabiedrību, publiskā saziņa, ko veic jebkura dalībvalsts publiskā iestāde, tostarp valdības locekļi, vai ko veic tās uzdevumā vai vārdā, piemēram, paziņojumi presei vai konferences, kurās tiek izziņotas likumdošanas vai regulatīvās iniciatīvas un izskaidrota politikas izvēle, kas ir šādu iniciatīvu pamatā, nebūtu jāuzskata par politisko reklāmu, ja vien to mērķis nav ietekmēt vēlēšanu vai referenduma iznākumu, vēlētajū uzvedību vai likumdošanas vai regulatīvo procesu. Tāpat par politisko reklāmu nebūtu jāuzskata arī dalībvalstu vai Savienības oficiālos avotos pieejama praktiska informācija, kas attiecas tikai uz vēlēšanu vai referendumu organizēšanu un dalības kārtību, tostarp kandidātiem vai referendumā izvirzītā jautājuma priekšmetu.**

- (18.a) *Šī regula nebūtu jāpieņem, ja tiesību aktos iepazīstināšanai ar kandidātiem ir skaidri paredzēta un bez maksas piešķirta noteikta publiskā telpa, piemēram, nodrošinot telpu šādai iepazīstināšanai pašvaldībās un citās sabiedriskās vietās vai atvēlot konkrētu raidlaiku televīzijā, ja tas tiek darīts godīgā un nediskriminējošā veidā, pamatojoties uz pārredzamiem un objektīviem kritērijiem.*
- (19) Šai regulai [...] nebūtu jāattiecas uz politiskajiem *uzskatiem*, [...] kas *jebkuros medijos* pausti saskaņā ar redakcionālo atbildību, tostarp, bet ne tikai, audiovizuālo *mediju pakalpojumu programmās Direktīvas 2010/13/ES 1. panta 1. punkta a) apakšpunkta nozīmē*, lineārās *un nelineārās radio pārraidēs* [...], [...] publicēti drukātos *vai tiešsaistes* medijos, *ja vien par minētā politiskā viedokļa paušanu vai saistībā ar to nav paredzēta konkrēta atlīdzība.*
- (20) Šajā regulā ar vēlēšanām būtu jāsaprot Eiropas Parlamenta vēlēšanas, kā arī visas vēlēšanas vai referendumi, ko dalībvalstīs organizē valsts, reģionālā un vietējā līmenī, kā arī vēlēšanas politisko partiju vadības ievēlēšanai. Tajā nebūtu jāiekļauj citi vēlēšanu veidi, piemēram, *profesijas ietvaros vai* privāti organizēti balsojumi.
- (21) Politiskā reklāma būtu jādefinē kā atsevišķs politiskās reklamēšanas gadījums. Reklāmas ietver līdzekļus, ar kuru palīdzību izplata reklāmas vēstījumu gan drukātā veidā, gan izmantojot apraides medijus vai tiešsaistes platformu pakalpojumus.
- (22) Politisko aktoru jēdzienam šīs regulas nozīmē vajadzētu būt saistītam ar jēdzieniem, kas definēti Savienības tiesību aktos, kā arī valstu tiesību aktos saskaņā ar starptautiskiem juridiskiem instrumentiem, piemēram, Eiropas Padomes tiesību aktiem. Politisko *aktoru* [...] jēdzienam būtu jāietver [...] *ar politisko partiju* saistītas un tai pakārtotas vienības, kas izveidotas ar vai bez juridiskas personas statusa, lai *to* [...] atbalstītu vai sasniegtu *tās* [...] mērķus, piemēram, iesaistot konkrētu vēlētāju grupu vai īstenojot konkrētu vēlēšanu mērķi.

- (23) Politisko aktoru jēdzienā būtu jāiekļauj arī *kandidāti vai personas, kas ieņem jebkādu vēlētu amatu*[...], [...] [...] un *dalībvalstu* valdības locekļi [...] valsts, reģionālā vai vietējā līmenī, *vai Eiropas iestāžu locekļi, izņemot Eiropas Savienības Tiesas, Eiropas Centrālās bankas un Revīzijas palātas locekļus.* [...].
- (24) Ar reklāmas kampaņas jēdzienu būtu jāapzīmē kopīgi izstrādātu, sponsorētu un finansētu savstarpēji saistītu reklāmu sērijas izveide, *izvietošana, popularizēšana*, publicēšana un izplatīšana saskaņā ar politiskās reklāmas līgumu. [...].
- (25) Politiskās reklamēšanas definīcijai nevajadzētu ietekmēt politiskās partijas, politisko mērķu vai kampaņu definīcijas valsts līmenī, *nedz arī mainīt vai iejaukties kampaņu noteikumos* [...].
- (25.a) Politiskā aktora definīcija neskar valstu noteikumus par to, kas var veikt politisku kampaņu, un tai nevajadzētu uzlikt dalībvalstīm pienākumu definēt šādus noteikumus.**
- (26) Lai aptvertu plašu attiecīgo pakalpojumu sniedzēju loku, kas saistīti ar politiskās reklāmas pakalpojumiem, ar politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāsaprot tādi pakalpojumu sniedzēji, kas ir iesaistīti politiskās *reklāmas* [...] izveidē, izvietošā, popularizēšanā, publicēšanā *vai* [...] izplatīšanā. *Pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz tikai papildpakalpojumus saistībā ar politiskās reklāmas pakalpojumiem, nebūtu jāuzskata par politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem šīs regulas nozīmē. Papildpakalpojumi ir pakalpojumi, kas parasti ir atkarīgi no politiskās reklāmas pakalpojuma un papildina to, bet kuriem nav tiešas ietekmes uz politiskās reklāmas saturu vai noformējumu, nedz tiešas kontroles pār tās izveidi, izvietošā, popularizēšanu, publicēšanu vai izplatīšanu. Šādi pakalpojumi ietver, piemēram, pasta pakalpojumus, iespiešanas pakalpojumus, grafisko, skaņas vai fotodizainu, tālākpārsūtīšanas, pieglabāšanas un mākoņdatošanas pakalpojumus Regulas (ES) 2022/xxx [DPA] nozīmē.*

- (26.a) *Ar politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāsaprot politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, kuri parasti atrodas pakalpojumu sniedzēju ķēdes beigās un kuri publicē un izplata politisko reklāmu, to pārraidot, darot to pieejamu ar saskarnes starpniecību vai kā citādi to publiskojot.*
- (26.b) *Ar sponsoru būtu jāsaprot persona vai vienība, kuras vārdā politiskā reklāma tiek sagatavota, izvietota, popularizēta, publicēta vai izplatīta, piemēram, individuāls vēlēšanu kandidāts, reģistrēta trešā puse vai politiska partija; parasti tā ir persona vai vienība, kas sniedz atlīdzību apmaiņā pret politiskās reklāmas pakalpojumiem.*
- (27) Politiskās reklāmas pakalpojumu jēdzienā nebūtu jāietver vēstījumi, kurus personas izplata tikai privātā kārtā. **Tomēr** nevajadzētu uzskatīt, ka fiziskas personas rīkojas privāti, ja tās publicē vēstījumus, par kuru izplatīšanu vai publicēšanu ir samaksājusi **trešā persona** [...].
- (28) Tiklīdz **sponsors ir paziņojis, ka reklāma**[...] [...] ir [...] politiska [...], tas būtu skaidri jādara zināms citiem politiskās reklāmas pakalpojumos iesaistītajiem pakalpojumu sniedzējiem. **Sponsoram šādi paziņojumi būtu jāsniedz patiesi.** Turklāt, tiklīdz [...] **reklāma** [...] tiek identificēta kā politiskā reklāma [...], tās tālākai izplatīšanai joprojām būtu jāatbilst pārredzamības prasībām. Piemēram, ja **šajā regulā definētā politiskā reklāma** [...] tiek kopīgota bez atlīdzības, reklāma joprojām būtu jāatzīmē kā politiskā reklāma. **Saskaņā ar līgumu labticīgas rīcības neievērošanas gadījumā būtu jāuzņemas līgumiskās saistības.**

- (28.a) *Nemot vērā to, cik svarīgi ir jo īpaši garantēt pārredzamības prasību efektivitāti, sponsoriem un politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā, būtu labticīgi un bez liekas kavēšanās pilnīgi un precīzi jānosūta attiecīgā informācija, lai nodrošinātu, ka citi politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji ķēdē nodrošina atbilstību šai regulai. Ja politiskās reklāmas publicētājs ir vienīgais politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs, sponsoram šāda informācija būtu jāpaziņo politiskās reklāmas publicētājam. Ja paziņojums vai informācija ir acīmredzami kļūdaini, reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāpieprasa sponsoriem un reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā, labot savu paziņojumu.***
- (28.b) *Paziņojums vai informācija būtu jāuzskata par acīmredzami kļūdainu, ja tas izriet no reklāmas satura, sponsora identitātes vai konteksta, kurā attiecīgais pakalpojums tiek sniegts, bez papildu pārbaudēm vai faktu noskaidrošanas pasākumiem.***
- (29) Šajā regulā paredzētie pārredzamības noteikumi būtu jāpiemēro tikai politiskās reklāmas pakalpojumiem, t. i., politiskajai reklāmai, ko parasti izplata par atlīdzību, kura var ietvert labumu natūrā. Pārredzamības prasības nebūtu jāattiecinā uz saturu, ko augšupielādē tiešsaistes starpniecības pakalpojuma, piemēram, tiešsaistes platformas, lietotājs un kas tiešsaistes starpniecības pakalpojumā tiek izplatīts bez atlīdzības par konkrētā vēstījuma izvietojumu, publicēšanu vai izplatīšanu, izņemot gadījumus, kad attiecīgais lietotājs atlīdzību par šo politisko reklāmu ir saņēmis no trešās personas.
- (30) Tāpat pārredzamības prasības nebūtu jāattiecinā uz dalīšanos ar informāciju elektronisko sakaru pakalpojumos, piemēram, elektroniskās ziņapmaiņas pakalpojumos vai tālruņa zvanos, ja vien nav iesaistīti politiskās reklāmas pakalpojumi.

(31) Vārda **un informācijas** brīvība, ko aizsargā Pamattiesību hartas 11. pants, ietver indivīda tiesības uz politisku nostāju un tiesības saņemt un izplatīt politisku informāciju un dalīties ar politiskām idejām. Ikvienam **šīs brīvības** [...] ierobežojumam ir jāatbilst Pamattiesību hartas 52. pantam. **Šo** [...] brīvību var mainīt un ierobežot, ja tas ir pamatots ar leģitīmām sabiedrības interesēm un atbilst ES tiesību vispārējiem principiem, piemēram, proporcionalitātes un juridiskās noteiktības principiem. Tas cita starpā attiecas uz gadījumiem, kad politiskās idejas tiek izplatītas ar reklāmas pakalpojumu sniedzēju palīdzību.

*(31.a) Šai regulai nebūtu jāliek dalībvalstīm veikt pasākumus, kuri ir pretrunā pamatprincipiem attiecībā uz vārda brīvību, jo īpaši preses brīvību un vārda brīvību citos medijos, kā izriet no konstitucionālām tradīcijām, vai kuri neatbilst noteikumiem, ar ko reglamentē preses vai citu mediju tiesības un atbildību, kā arī procesuālās garantijas, ja šie noteikumi ir saistīti ar atbildības noteikšanu vai ierobežošanu.*

(32) Attiecībā uz tiešsaistes starpniekiem – Regulu (ES) 2022[...]/XX [Digitālo pakalpojumu aktu] piemēro politiskajām reklāmām, ko publicē vai izplata tiešsaistes starpnieki, izmantojot horizontālus noteikumus, kas piemērojami visiem tiešsaistes reklāmas veidiem, tajā skaitā komerciālajām un politiskajām reklāmām. Pamatojoties uz šajā regulā noteikto politiskās reklamēšanas definīciju, ir lietderīgi paredzēt papildu detalizāciju pārredzamības prasībām, kas noteiktas reklāmas publicētājiem, uz kuriem attiecas Regulas (ES) 2022[...]/XX [Digitālo pakalpojumu akta] darbības joma, jo īpaši ļoti lielām **tiešsaistes** platformām. Tas jo sevišķi attiecas uz informāciju, kas saistīta ar politisko reklāmu finansēšanu. Šīs regulas prasības neietekmē Digitālo pakalpojumu akta noteikumus, tajā skaitā par riska novērtēšanas un mazināšanas pienākumiem ļoti lielām tiešsaistes platformām saistībā ar to reklāmas sistēmām.

- (33) Politiskās **reklāmas** [...] izveide, izvietošana, popularizēšana, publicēšana un izplatīšana var būt saistīta ar sazarotu pakalpojumu sniedzēju ķēdi. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad reklāmas satura atlasī, mērķorientēšanas **un pastiprināšanas** kritēriju izvēli, reklāmas mērķorientēšanai **un pastiprināšanai** izmantoto datu sniegšanu, mērķorientēšanas **un pastiprināšanas** metožu nodrošināšanu, reklāmas piegādi un tās izplatīšanu var kontrolēt dažādi pakalpojumu sniedzēji. Piemēram, automatizēti pakalpojumi var palīdzēt saskaņot saskarnes lietotāja profilu ar sniegto reklāmas saturu, izmantojot persondatus, kas iegūti tieši no pakalpojuma lietotāja un no lietotāja darbībām tiešsaistē, kā arī izrietošus datus.
- (34) Ņemot vērā to, cik svarīgi ir jo īpaši garantēt pārredzamības prasību efektivitāti, arī lai atvieglotu to pārraudzību, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jānodrošina, ka attiecīgā informācija, ko tie apkopo, sniedzot savus pakalpojumus, arī norāde par to, ka šī reklāma ir politiska, **ir pilnīga un precīza un** tiek sniegta politiskās reklāmas publicētājam, kurš politisko reklāmu izplata sabiedrībai. Lai atbalstītu šīs prasības efektīvu īstenošanu un savlaicīgu un precīzu šīs informācijas sniegšanu, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem **minētā informācija būtu jānosūta vienlaikus ar attiecīgā pakalpojuma sniegšanu un** jāapsver un jāatbalsta automatizācija informācijas nodošanai starp politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem. **Ja politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs uzzina, ka tā nosūtītā informācija ir atjaunināta, tam būtu jānodrošina, ka šī atjauninātā informācija tiek paziņota attiecīgajam politiskās reklāmas publicētājam.**
- (34.a) **Būtu jāpieņem, ka politiskās reklāmas sniedzēji apzinās, ka informāciju būtu jāatjaunina, kad sponsors vai pakalpojumu sniedzējs, kas rīkojas tā vārdā, informē politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju par attiecīgām izmaiņām. Politiskās reklāmas publicētājs par šādu atjaunināšanas nepieciešamību var uzzināt arī, izmantojot šajā regulā paredzēto paziņošanas mehānismu.**



*(34.b) Ja politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji [...] uzzina par acīmredzamu kļūdu, neprecizitāti vai nepilnību sniegtajā informācijā, tad politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai nodrošinātu, ka šāda acīmredzama kļūda, neprecizitāte vai nepilnība tiek labota, jo īpaši apstiprinot politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja vai attiecīgā gadījumā paša sponsora sniegto informāciju. Tam nevajadzētu nozīmēt vispārēju pienākumu politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējam uzraudzīt paziņojumu par reklāmas politisko raksturu patiesumu vai iesaistīties pārmērīgos vai dārgos faktu vākšanas pasākumos. Saprātīgas pūles var tikt atspoguļotas arī līgumos starp politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem un attiecīgā gadījumā ar sponsoru. Līgumos starp pakalpojumu sniedzējiem un sponsoriem būtu jānodrošina iespēja nosūtīt informāciju starp publicētāju un sponsoru, piemēram, ja trūkst informācijas vai politiskā reklamēšana tiek pārtraukta.*

*(34.c) Saprātīgām pūlēm būtu jāietver rūpīgi un objektīvi pasākumi, piemēram, saziņa ar sponsoru vai attiecīgo politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju, lai papildinātu vai labotu informāciju. Būtu jāņem vērā kļūdainās vai trūkstošās informācijas raksturs un nozīmīgums attiecībā uz šajā regulā noteiktajām prasībām.*

(35) Ja mākslīga komerciāla vai līgumiska konstrukcija rada risku, ka tiks apieti *šajā* [...] regulā noteiktie pārredzamības pienākumi, minētie pienākumi būtu jāattiecina uz struktūru vai struktūrām, kas faktiski sniedz reklāmas pakalpojumu.

(36) [...]

- (37) Lai gan ir paredzētas konkrētas prasības, neviens no šajā regulā noteiktajiem pienākumiem nebūtu jāsaprot kā tāds, kas uzliek vispārēju uzraudzības pienākumu starpniecības pakalpojumu sniedzējiem attiecībā uz politisko saturu, ar kuru dalās fiziskas vai juridiskas personas, kā arī nebūtu jāsaprot kā tāds, kas uzliek vispārēju pienākumu starpniecības pakalpojumu sniedzējiem veikt proaktīvus pasākumus saistībā ar to pakalpojumos nosūtītu vai glabātu nelikumīgu saturu vai nelikumīgām darbībām.
- (38) Kad ir nodrošināta politiskās reklāmas pārredzamība, iedzīvotājiem būtu jāsaprot, ka viņi saskaras ar politisko reklāmu. Politiskās reklāmas publicētājiem būtu jānodrošina, ka ***kopā ar*** [...] katru politisko reklāmu tiek publicēts skaidrs paziņojums, ka tā ir politiskā reklāma, un norādīta tās sponsora identitāte. Attiecīgā gadījumā sponsora nosaukumam var pievienot politisku logotipu. ***Attiecīgā gadījumā katra politiskā reklāma būtu jā dara pieejama kopā ar paziņojumu par to, ka politiskā reklāma ir bijusi mērķorientēta vai paplašināta.*** Politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāizmanto efektīva marķēšana, ņemot vērā attiecīgo zinātnisko pētījumu atbilstību un paraugpraksi attiecībā uz pārredzamības nodrošināšanu, izmantojot reklāmu marķēšanu. ***Paziņojuma noformējums un sponsora nosaukums var atšķirties atkarībā no izmantotajiem līdzekļiem. Attiecībā uz radio apraides pakalpojumiem varētu izmantot, piemēram, augšupēju vai lejupēju paziņojumu.*** Politiskās reklāmas publicētājiem [...] būtu arī jānodrošina, ka ***kopā ar*** [...] katru politisko reklāmu tiek publicēta informācija, kas ļauj izprast politiskās reklāmas plašāku kontekstu un tās mērķus; šo informāciju var iekļaut vai nu pašā reklāmā, vai arī to var sniegt publicētājs savā tīmekļa vietnē, kas pieejama, izmantojot saiti, ***kvadrātkodu (jeb "QR kodu")*** vai līdzvērtīgu skaidru un lietotājdraudzīgu norādi, kura iekļauta reklāmā.

(39) Lai veicinātu politiskā procesa pārskatatbildību, šī informācija būtu jāsniedz pārredzamības paziņojumā, kurā būtu jānorāda arī sponsora identitāte **un attiecīgā gadījumā tās vienības identitāte, kura galu galā kontrolē sponsoru**. Būtu skaidri jānorāda sponsora iedibinājuma vieta un tas, vai sponsors ir fiziska vai juridiska persona. Persondatus par politiskajā reklāmā iesaistītajām personām, kas nav saistītas ar sponsoru vai citu iesaistīto politisko aktoru, pārredzamības paziņojumā nevajadzētu sniegt. Lai nodrošinātu politiskās reklāmas izplatīšanas taisnīgumu, pārredzamības paziņojumā būtu jānorāda arī informācija par izplatīšanas periodu, saistītajām vēlēšanām, konkrētajai reklāmai, kā arī visai reklāmas kampaņai iztērēto summu un citu tādu labumu vērtību, kas daļēji vai pilnībā saņemti apmaiņā pret konkrēto reklāmu vai visu reklāmas kampaņu, informācija par izmantoto līdzekļu avotu un cita informācija. Informācija par izmantoto līdzekļu avotu attiecas, piemēram, uz līdzekļu publisko vai privāto izcelsmi **un** to, vai līdzekļu izcelsme ir Eiropas Savienībā vai ārpus tās. Ja iespējams, informācijā par saistītajām vēlēšanām vai referendumiem būtu jāiekļauj saite uz oficiālos avotos pieejamu informāciju par organizēšanu un dalības kārtību vai dalības popularizēšanu attiecīgajās vēlēšanās vai referendumos. **Pārredzamības paziņojumam vajadzētu būt pieejamam tūlīt pēc reklāmas publicēšanas vai izplatīšanas, un tajā sniegtā informācija attiecīgā gadījumā būtu regulāri jāatjaunina**. Pārredzamības paziņojumā būtu jāiekļauj arī informācija par to, kā atzīmēt politiskās reklāmas saskaņā ar šajā regulā noteikto procedūru. Šai prasībai nevajadzētu skart noteikumus par paziņošanu saskaņā ar Regulas (ES) 2022[...]XXX [Digitālo pakalpojumu akta] 14., 15. un 19. pantu. **Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai nodrošinātu, ka informācija ir pilnīga un precīza**.

- (40) Informācijai, kas jāiekļauj pārredzamības paziņojumā, vajadzētu būt norādītai pašā reklāmā vai viegli iegūstamai, izmantojot reklāmā sniegtu norādi. **Informācijas noformējums var atšķirties atkarībā no izmantotajiem līdzekļiem. Lai bezsaistes reklāmā viegli izgūtu pārredzamības paziņojumā publicētu informāciju, varētu izmantot, piemēram, tīpašu tīmekļa vietnes saiti, kvadrāt kodu (vai QR kodu) vai līdzvērtīgus lietotājdraudzīgus tehniskus pasākumus.** Prasībai, ka informācijai par pārredzamības paziņojumu cita starpā jābūt skaidri redzamai, būtu jāietver nosacījums, ka minētajam paziņojumam ir jābūt redzamā vietā reklāmā vai tas jāizplata kopā ar reklāmu. Prasībai, ka pārredzamības paziņojumā publicētajai informācijai jābūt viegli pieejamai, mašīnlasāmai, ja tas tehniski iespējams, un lietotājdraudzīgai, būtu jāietver nosacījums, ka tā atbilst personu ar invaliditāti vajadzībām. Direktīvas (ES) 2019/882 (Eiropas Piekļūstamības akta) I pielikumā ir iekļautas piekļūstamības prasības attiecībā uz informāciju, arī digitālo informāciju, un šīs prasības būtu jāizmanto, lai politisko informāciju padarītu piekļūstamu personām ar invaliditāti.
- (41) Pārredzamības paziņojumiem vajadzētu būt veidotiem tā, lai tie uzlabotu lietotāju informētību un palīdzētu skaidri noteikt reklāmas politisko raksturu. Šiem paziņojumiem vajadzētu būt veidotiem tā, lai tie būtu redzami, **ja tas tehniski iespējams**, vai pieejami, ja politiskā reklāma tiek izplatīta tālāk, piemēram, publicēta citā platformā vai pārsūtīta starp fiziskām personām. Pārredzamības paziņojumā iekļautā informācija būtu jāpublicē politisko reklāmu publicēšanas sākumā **un līdz to publicēšanas beigām[...]. Politiskās reklāmas publicētājiem piecus gadus pēc pēdējās publikācijas būtu jāglabā un pēc pieprasījuma jādara pieejami savi pārredzamības paziņojumi kopā ar jebkādiem to grozījumiem.** Saglabātajā informācijā būtu jāiekļauj arī informācija par politisko reklāmu, kas ir tikusi pārtraukta vai ko publicētājs ir noņēmis. **Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas nav ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2022/XXX [Digitālo pakalpojumu akta] nozīmē, vajadzētu būt iespējai izlemt, kādā formātā šo informāciju saglabāt.**

- (42) Tā kā politisko reklāmu publicētāji tās dara pieejamas sabiedrībai, tiem vajadzētu publicēt vai izplatīt minēto informāciju sabiedrībai reizē ar politiskās reklāmas publicēšanu vai izplatīšanu. *Ja politiskās reklāmas publicētājam jebkādā veidā kļūst zināms, ka politiskā reklāma neatbilst šajā regulā noteiktajām pārredzamības prasībām, piemēram, pēc individuāla paziņojuma saņemšanas, tam būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai izpildītu šīs regulas prasības. Ja informāciju nav iespējams nekavējoties [...] papildināt vai labot, politiskās reklāmas publicētājiem nebūtu jāpublisko vai jāturpina to politisko reklāmu publicēšana vai izplatīšana sabiedrībai, kuras neatbilst šajā regulā noteiktajām pārredzamības prasībām. Šādā situācijā politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāinformē attiecīgie politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji un attiecīgā gadījumā sponsors par pamatotiem pasākumiem, kas veikti, lai izpildītu šīs regulas prasības. Publicētājam būtu jāinformē sponsors vai pakalpojumu sniedzējs, kas rīkojas sponsora vārdā, ja politiskā reklāma, kuru tas sponsorē, netiek darīta pieejama vai tiek pārtraukta.*
- (42.a) *Ja sponsoram vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējam kļūst zināms, ka politiskās reklāmas publicētājam nosūtītā vai viņa publicētā informācija ir nepilnīga vai neprecīza, tam bez liekas kavēšanās būtu jāsažinās ar attiecīgo politiskās reklāmas publicētāju un attiecīgā gadījumā politiskās reklāmas publicētājam jānosūta pilnīga vai labota informācija.*
- (42.b) *Līgumiskās vienošanās var ietvert klauzulu, kas ļauj iekasēt samērīgu maksu par pasākumiem, kas veikti, lai labotu vai papildinātu informāciju.*
- (42.c) *Pildot savus pienākumus saskaņā ar šo regulu, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jārīkojas objektīvi un pienācīgi ievērojot pamattiesības un citas tiesības un likumīgās intereses. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem jo īpaši būtu pienācīgi jāņem vērā vārda brīvība un piekļuve informācijai, tostarp mediju brīvība un plurālisms.*

(42.d) Turklāt politiskās reklāmas publicētājiem, kuri ir ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2022/XXX [digitālo pakalpojumu akta] nozīmē, **būtu jānodrošina attiecībā uz katru politisko reklāmu**, ka [...] pārredzamības paziņojumā iekļautā informācija **tiek darīta** pieejama **nekavējoties** [...] reklāmu repozitorijos, kas publicēti saskaņā ar Regulas [Digitālo pakalpojumu akta] 39.[...] pantu. **Šāda informācija būtu pastāvīgi jāatjaunina un jāsniedz saskaņā ar saskaņotu nozares standartu attiecībā uz piekļūstamību, datu struktūru un piekļuvi, izmantojot kopīgu publiski pieejamu lietojumprogrammu saskarni. Ir lietderīgi nodrošināt papildu detalizāciju pārredzamības prasībām, kas noteiktas Regulas (ES) 2021/XX [Digitālo pakalpojumu akta] 39. pantā minētajiem repozitorijiem. Tas jo īpaši attiecas uz informāciju par izņemto politisko reklāmu un tās atsaukšanas iemeslu, jo īpaši informāciju par gadījumiem, kad politiskā reklāma ir nepareizi atzīmēta vai vērsšanās pret to notikusi nelikumīgi. Turklāt ļoti lielas tiešsaistes platformas var publicēt citu informāciju par reklāmas ietekmi, tostarp informāciju par veikto klikšķu skaitu. Citi politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji būtu jāmudina izveidot līdzīgus politisko reklāmu repozitorijus.** Tas atvieglos ieinteresēto aktoru (to vidū pētnieku) darbu to īpašajā uzdevumā atbalstīt brīvas un taisnīgas vēlēšanas vai referendumus un godīgas vēlēšanu kampaņas, cita starpā rūpīgi pārbaudot politisko reklāmu sponsorus un analizējot politisko reklāmu vidi.

(43) Ja politiskās reklāmas pakalpojuma sniedzējs, kas mitina vai kā citādi glabā un nodrošina politiskās reklāmas saturu, nav tas pats politiskās reklāmas pakalpojuma sniedzējs, kurš kontrolē tīmekļa vietni vai citu saskarni, kurā galu galā **rāda** [...] politisko reklāmu, tie kopā būtu jāuzskata par reklāmas publicētājiem, kas ir attiecīgi atbildīgi par to, lai saistībā ar konkrēto pakalpojumu, kuru tie sniedz, reklāma tiktu attiecīgi marķēta un būtu pieejams pārredzamības paziņojums un attiecīgā informācija. To līgumiem būtu **jārada iespēja panākt** [...] atbilstību šai regulai.

- (44) Informācija par summām, kas iztērētas politiskās reklāmas pakalpojumiem, un par tādu citu labumu vērtību, kas daļēji vai pilnībā saņemti apmaiņā pret politiskās reklāmas pakalpojumiem, var sniegt noderīgu ieguldījumu politiskajās debatēs. Jānodrošina, lai no attiecīgo politiskās reklāmas *pakalpojumu sniedzēju* [...] sagatavotajiem gada ziņojumiem varētu iegūt pienācīgu pārskatu par darbībām politiskās reklāmas jomā. Lai atbalstītu pārraudzību un pārskatatbildību, šādos ziņojumos būtu jāiekļauj informācija par izdevumiem par politiskās reklāmas mērķorientēšanu *vai pastiprināšanu* attiecīgajā periodā, datus apkopojot pa kampaņām vai kandidātiem. Lai izvairītos no nesamērīga sloga, šie pārredzamības ziņošanas pienākumi nebūtu jāpiemēro uzņēmumiem, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta **1. līdz** [...]3.[...] punkts.
- (45) Politiskās reklāmas publicētājiem, kas sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, būtu jāievieš mehānismi, lai *fiziskas vai juridiskas personas* [...] varētu ziņot par to, ka konkrēta politiskā reklāma, ko tie ir publicējuši, neatbilst šai regulai. Mehānismiem ziņošanai par šādām reklāmām vajadzētu būt viegli pieejamiem un izmantojamiem, un tiem vajadzētu būt pielāgotiem reklāmas publicētāja izplatītās reklāmas veidam. Ciktāl iespējams, šiem mehānismiem vajadzētu būt pieejamiem pašā reklāmā, piemēram, reklāmas publicētāja tīmekļa vietnē. ***Vajadzības gadījumā politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāievieš tehniski pasākumi, lai nodrošinātu informācijas tehnoloģiju drošības standartu minimumu, tostarp pasākumus aizsardzībai pret automatizētu paziņošanu.*** Politiskās reklāmas publicētājiem vajadzētu būt iespējai attiecīgā gadījumā izmantot esošos mehānismus. ***Piemēram,*** [...] ja politiskās reklāmas publicētāji ir tiešaistes mitināšanas pakalpojumu sniedzēji Digitālo pakalpojumu akta nozīmē, attiecībā uz politiskajām reklāmām, kas tiek mitinātas pēc to pakalpojumu saņēmēju pieprasījuma, ***politiskās reklāmas publicētāji var paļauties uz paziņošanas mehānismu, ko tie izmanto saskaņā ar digitālo pakalpojumu akta 14. pantu attiecībā uz paziņojumiem par reklāmas neatbilstību šai regulai.*** [...]

- (45.a) *Politiskās reklāmas publicētāji var noteikt īpašas veidlapas paziņošanas mehānismiem saskaņā ar šo regulu, prasot aizpildīt tādus datu laukus kā informāciju, kas ļauj identificēt iespējami neatbilstīgu reklāmu, paskaidrojumu par iemesliem, kas pamato paziņojumu, tās fiziskās vai juridiskās personas vārdu, uzvārdu un elektroniskā pasta adresi, kura iesniedz paziņojumu, un norādi, kurā apstiprināta labticīga pārliecība, ka paziņojumā ietvertā informācija ir precīza.*
- (45.b) *Politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai rūpīgi un objektīvi un bez liekas kavēšanās izskatītu paziņojumus, kas saņemti saskaņā ar šo regulu. Ja paziņojumā ir iekļauta pietiekama informācija, lai rūpīgs politiskās reklāmas publicētājs varētu bez detalizētas pārbaudes identificēt, ka trūkst informācijas vai tā ir neprecīza, būtu jāuzskata, ka politiskās reklāmas publicētājs ir informēts par neprecizitāti vai nepilnīgumu, un tam būtu jārīkojas bez liekas kavēšanās, sazinoties ar attiecīgajiem pakalpojumu sniedzējiem un attiecīgā gadījumā ar sponsoru. Politiskās reklāmas publicētājam vismaz pēc pieprasījuma būtu jāinformē personas, kas sniegušas paziņojumu, par turpmākajiem pasākumiem, kas veikti, reaģējot uz to.*
- (45.c) *Lai nodrošinātu pārredzamības prasību efektivitāti vēlēšanu vai referenduma laikā, politiskās reklāmas publicētājiem, kas ir ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2022/XXX [Digitālo pakalpojumu akta] nozīmē, pēdējā mēneša laikā pirms vēlēšanām vai referenduma 48 stundu laikā būtu jāizskata visi paziņojumi, ko tie saņem saistībā ar šīm [...] vēlēšanām vai referendumu, sazinoties ar attiecīgajiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem un attiecīgā gadījumā ar sponsoru.*
- (45.d) *Jebkādai politiskās reklāmas publicētāja rīcībai vajadzētu būt stingri vērstai uz to, lai, pirmkārt un galvenokārt, labotu, papildinātu vajadzīgo informāciju un tikai kā galējo līdzekli – dzēstu konkrētos informācijas elementus, kas neatbilst šai regulai, pienācīgi ņemot vērā vārda un informācijas brīvību un citas pamattiesības.*



- (46) Lai konkrētas struktūras varētu pildīt savu lomu demokrātijā, ir lietderīgi paredzēt noteikumus par informācijas, kas publicēta kopā ar politisko reklāmu vai iekļauta pārredzamības paziņojumā, nodošanu ieinteresētajām personām, piemēram, pārbaudītiem pētniekiem, žurnālistiem, pilsoniskās sabiedrības organizācijām un *atzītiem* [...] vēlēšanu novērotājiem, lai atbalstītu viņu attiecīgo uzdevumu veikšanu demokrātiskajā procesā. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem nevajadzētu likt atbildēt uz pieprasījumiem, kas ir acīmredzami nepamatoti, *neskaidri* vai pārmērīgi. Turklāt attiecīgajam pakalpojumu sniedzējam būtu jāļauj iekasēt saprātīgu maksu [...] dārgu pieprasījumu gadījumā, ņemot vērā ar informācijas sniegšanu saistītās administratīvās izmaksas.

(47) Aizvien biežāk tiek izmantoti persondati, ko vāc tieši no fiziskām personām vai iegūst netieši, piemēram, izrietoši dati, kurus iegūst, grupējot personas pēc viņu domājamām interesēm vai pamatojoties uz viņu tiešsaistes darbībām, uzvedības profilēšanu un citām analīzes metodēm, lai politiskos vēstījumus mērķorientētu uz grupām vai atsevišķiem vēlētājiem vai indivīdiem un pastiprinātu to ietekmi. Izmantojot persondatu apstrādi, jo īpaši attiecībā uz *īpašu kategoriju persondatiem* [...], kas saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2016/679<sup>3</sup> un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2018/1725<sup>4</sup> uzskatāmi par sensitīviem, var segmentēt dažādas vēlētāju vai indivīdu grupas un izmantot to īpatnības vai ievainojamību, piemēram, izplatot reklāmas konkrētos brīžos un konkrētās vietās, lai izmantotu gadījumus, kad attiecīgās personas būtu jutīgas pret noteikta veida informāciju/vēstījumu. Tas īpaši un nelabvēlīgi ietekmē iedzīvotāju pamattiesības un pamatbrīvības attiecībā uz viņu persondatu apstrādi un brīvību saņemt objektīvu informāciju, veidot savu viedokli, pieņemt politiskus lēmumus un izmantot savas balsstiesības. Tas negatīvi ietekmē demokrātisko procesu. Būtu jāparedz papildu ierobežojumi un nosacījumi, kas ir plašāki nekā ar Regulu (ES) 2016/679 un Regulu (ES) 2018/1725 noteiktie. Šajā regulā paredzētajiem nosacījumiem par mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu, kas ietver persondatu apstrādi politiskās reklāmas kontekstā, būtu jābalstās uz LESD 16. pantu.

---

<sup>3</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2016/679 (2016. gada 27. aprīlis) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Direktīvu 95/46/EK (Vispārīgā datu aizsardzības regula) (OV L 119, 4.5.2016., 1. lpp.).

<sup>4</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2018/1725 (2018. gada 23. oktobris) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi Savienības iestādēs, struktūrās, birojos un aģentūrās un par šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 45/2001 un Lēmumu Nr. 1247/2002/EK (OV L 295, 21.11.2018., 39. lpp.).

- (48) Tāpēc politiskās reklāmas kontekstā būtu jāaizliedz mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, kas ietver Regulas (ES) 2016/679 9. panta 1. punktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 1. punktā minēto **īpašo kategoriju** datu apstrādi. Šādu metožu izmantošana būtu jāatļauj tikai tad, ja to veic pārzīņi vai kāds, kas rīkojas **to** [...] vārdā, pamatojoties uz datu subjekta nepārprotamu piekrišanu, vai ja, veicot savas leģitīmās darbības un nodrošinot atbilstošas garantijas, apstrādi veic fonds, apvienība vai jebkura cita bezpeļņas struktūra, kas to dara ar politisku, filozofisku, reliģisku vai ar arodbiedrībām saistītu mērķi, un ar nosacījumu, ka apstrāde attiecas tikai uz šīs struktūras locekļiem vai bijušajiem locekļiem, vai personām, kas ar šo struktūru uztur regulārus sakarus saistībā ar tās nolūkiem, un ka bez datu subjekta piekrišanas persondatu neizpauž ārpus minētās struktūras. Tas būtu jāpapildina ar **papildu** [...] garantijām. Piekrišana būtu jāsaprot kā piekrišana Regulas (ES) 2016/679 un Regulas (ES) 2018/1725 nozīmē. [...] **Nevajadzētu būt iespējai atsaukties uz izņēmumiem, kas attiecīgi noteikti Regulas (ES) 2016/679 9. panta 2. punkta b), c), e), f), g), h), i) un j) apakšpunktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 2. punkta b), c), e), f), g), h), i) un j) apakšpunktā, nolūkā izmantot mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, lai publicētu, popularizētu vai izplatītu politisko reklāmu, kas ietver Regulas (ES) 2016/679 9. panta 1. punktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 1. punktā minēto persondatu apstrādi. Šī regula neskar citu Regulas (ES) 2016/679 un Regulas (ES) 2018/1725 noteikumu piemērošanu, tostarp to noteikumu piemērošanu, kas saistīti ar piekrišanas došanu un atsaukšanu, automatizētu individuālo lēmumu pieņemšanu, tostarp profilēšanu un tiesības iebilst. Šīs regulas prasību īstenošanas nolūkos nepārprotama piekrišana Regulu (ES) 2016/679 un (ES) 2018/1725 nozīmē būtu jāsniedz atsevišķi un konkrēti politiskās reklāmas nolūkā. Saskaņā ar Savienības tiesību aktiem pārzīņiem būtu jānodrošina, ka individuālo lēmumu pieņemšanu neietekmē maldinošas saskarnes, kas kropļo vai vājina autonomu un apzinātu lēmumu pieņemšanu, tostarp iepriekš atzīmētas rūtiņas un citas neobjektīvas un nepārredzamas metodes, kas virza vai mudina personas pieņemt konkrētus lēmumus, kurus tās citādi nebūtu pieņēmušas. Jo īpaši mehānismam, ar ko panāk privātpersonu lēmumu pieņemšanu, vajadzētu būt skaidram un viegli lietojamam, un alternatīvu relatīvajai pamanāmībai nevajadzētu būt vērstai uz to, lai ietekmētu personas lēmumu. Informācijai, ko šajā sakarā sniedz personām, vajadzētu būt kodolīgai un sagatavotai vienkāršā un skaidri saprotamā valodā, un tai vajadzētu būt viegli, pamanāmi un tieši pieejamai.**

- (48.a) Politiskās partijas iekšējā saziņa ar saviem biedriem nebūtu jāuzskata par mērķorientēšanas metožu izmantošanu politiskās reklāmas kontekstā, ja vien šāda saziņa attiecas tikai uz tās biedriem un ir balstīta uz persondatiem, ko minētie biedri skaidri snieguši tieši šim nolūkam.*
- (48.b) Īpaši neaizsargāta grupa, ko var izmantot, ļaunprātīgi izmantojot mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, ir ļoti jauni cilvēki. Lai gan šādām personām vēl nav tiesību balsot, pie tām var mērķorientēti vērsties, lai manipulētu debates. Tāpēc saistībā ar politisko reklāmu būtu jāaizliedz mērķorientēšanas vai pastiprināšanas paņēmieni, kas ietver tāda subjekta persondatu apstrādi, par kuru ir pietiekami droši zināms, ka tas ir vismaz vienu gadu jaunāks par valsts noteikumos paredzēto balsošanas vecumu.*

- (49) Lai nodrošinātu labāku pārredzamību un pārskatatbildību **un neatkarīgi no tā, vai politiskā reklāma ietver vai neietver pakalpojumu**, gadījumos, kad saistībā ar politisko reklāmu tiek izmantotas mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, kas ietver persondatu apstrādi, **kura ar regulu nav aizliegta, būtu jāīsteno papildu garantijas. Šādas papildu pārredzamības un pārskatatbildības prasības būtu jāpiemēro, no vienas puses, apstrādei, kas ietver īpašas datu kategorijas, ja datu subjekts ir devis nepārprotamu piekrišanu vai ja apstrāde tiek veikta tā leģitīmo darbību ietvaros, kā minēts Regulas (ES) 2016/679 9. panta 2. punkta a) un d) apakšpunktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 2. punkta a) un d) apakšpunktā, un, no otras puses, personas datu apstrādei politiskās reklāmas kontekstā, kas neietver īpašas datu kategorijas. Šīm papildu prasībām būtu jāpapildina esošās garantijas, tostarp tās, kas attiecas uz automatizētu lēmumu pieņemšanu saskaņā ar Regulas (ES) 2016/679 22. pantu un Regulas (ES) 2018/1725 24. pantu. [...] Pārziņiem [...] būtu jāpieņem, [...] jāīsteno un jā dara publiski pieejama politika, kurā aprakstīts [...], kā šādas metodes tiek izmantotas [...] un veikt savu attiecīgo darbību uzskaiti. Publicējot, popularizējot vai izplatot politisko reklāmu, kurā izmantotas mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, pārziņiem kopā ar politisko reklāmu būtu jāsniedz jēgpilna informācija, kas ļautu attiecīgajai personai saprast izmantotās metodes loģiku un galvenos parametrus, kā arī trešo personu datu un papildu analītisko metožu izmantošanu, kā arī to, vai reklāmas mērķorientēšana izvietojuma laikā tika papildus optimizēta.**
- (50) Politiskās reklāmas publicētājiem, kas izmanto mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, savā pārredzamības paziņojumā būtu jāiekļauj informācija, kas nepieciešama, lai attiecīgā persona varētu saprast izmantotās metodes loģiku un galvenos parametrus, kā arī trešo personu datu izmantošanu un izmantotās papildu analītiskās metodes. [...]

- (50.a) Pārredzamības un pārskatatbildības prasības būtu jāpiemēro visiem pārziņiem neatkarīgi no tā, vai pārzinis rīkojas savu funkciju ietvaros, kopā ar politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju vai ir tā pati vienība kā politiskās reklāmas publicētājs.** Ja pārzinis nav reklāmas publicētājs, pārzinim būtu jānosūta politiskās reklāmas publicētājam iekšējās politikas dokuments **un jānodrošina, ka politiskās reklāmas publicētājam laicīgi un precīzi tiek paziņota cita informācija, kas vajadzīga, lai atbilstu šīs regulas prasībām.** [...]
- (50.b)** Reklāmas pakalpojumu sniedzējiem [...] būtu jānosūta politiskās reklāmas publicētājiem informācija, kas nepieciešama, lai izpildītu šajā regulā noteiktos pienākumus. Šādas informācijas **nosūtīšanu** [...] varētu automatizēt un integrēt parastajos uzņēmējdarbības procesos saskaņā ar standartiem.
- (51) Lai iedzīvotājiem nodrošinātu plašākas iespējas īstenot savas tiesības uz datu aizsardzību, politiskās reklāmas publicētājiem attiecīgajam datu subjektam būtu jāsniedz papildu informācija un jānodrošina efektīvi rīki, lai atbalstītu viņa tiesību īstenošanu saskaņā ar ES datu aizsardzības tiesisko regulējumu, ieskaitot tiesības iebilst vai atsaukt savu piekrišanu, ja attiecīgajai personai tiek mērķorientēti piedāvāta politiska reklāma. Šai informācijai vajadzētu būt viegli pieejamai arī tieši no pārredzamības paziņojuma. Ar indivīdiem pieejamajiem rīkiem, kas palīdz īstenot viņu tiesības, vajadzētu spēt efektīvi novērst situācijas, kad uz personu tiek mērķtiecīgi vērstas politiskās reklāmas, kā arī novērst mērķorientēšanu saskaņā ar konkrētiem kritērijiem un mērķorientēšanu, ko veic viens vai vairāki konkrēti pārziņi.
- (52) Komisijai būtu jānudina izstrādāt rīcības kodeksus, kā minēts Regulas (ES) 2016/679 40. pantā, lai atbalstītu datu subjektu tiesību īstenošanu šajā kontekstā.
- (53) Informācija, kas jāsniedz saskaņā ar visām prasībām, kuras piemērojamas mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanai saskaņā ar šo regulu, būtu jāsniedz viegli pieejamā, skaidri redzamā un lietotājdraudzīgā formātā, arī izmantojot vienkāršu valodu.

- (54) Ir lietderīgi paredzēt noteikumus par informācijas par mērķorientēšanu nosūtīšanu citām ieinteresētajām personām. Piemērojamajam režīmam vajadzētu būt saderīgam ar informācijas nosūtīšanas režīmu, kas ir saistīts ar pārredzamības prasībām.
- (55) Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kuri iedibināti trešā valstī un kuri piedāvā pakalpojumus Savienībā, būtu jāieceļ pilnvarots juridiskais pārstāvis Savienībā, lai attiecībā uz minētajiem pakalpojumu sniedzējiem nodrošinātu efektīvu pārraudzību, kas paredzēta šajā regulā. Juridiskais pārstāvis varētu būt pārstāvis, kas iecelts, pamatojoties uz Regulas (ES) 2016/679 27. pantu, vai pārstāvis, kas iecelts, pamatojoties uz Regulas (ES) 2022[...]/xxx [DPA] 11. pantu.
- (55.a) Ieceltajam juridiskajam pārstāvim būtu jāreģistrējas vienā kompetentā iestādē, kas izraudzīta šim nolūkam. Lai sniegtu viegli izgūstamu informāciju par ieceltajiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju juridiskajiem pārstāvjiem, kas iedibināti ārpus Savienības teritorijas, attiecīgajai kompetentajai iestādei būtu tiešsaistē jāpublicē un regulāri jāatjaunina informācija par juridiskajiem pārstāvjiem to teritorijā. Komisijai būtu jāizveido portāls ar saitēm uz dalībvalstu nodrošinātajām tīmekļa vietnēm.***
- (56) Lai šajā regulā paredzētā uzraudzība būtu efektīva, attiecīgo noteikumu uzraudzība un izpilde ir jāuztic pārraudzības iestādēm. Atkarībā no katras dalībvalsts tiesību sistēmas un saskaņā ar spēkā esošajiem Savienības tiesību aktiem, tajā skaitā Regulu (ES) 2016/679 un Regulu (ES) 2022[...]/xxx [Digitālo pakalpojumu aktu], šajā nolūkā var tikt izraudzītas dažādas valsts tiesu vai administratīvās iestādes.

- (57) Attiecībā uz tiešsaistes starpniecības pakalpojumu uzraudzību saskaņā ar šo regulu dalībvalstīm būtu jānorīko kompetentās iestādes un jānodrošina, ka šāda uzraudzība ir saskanīga ar kompetentajām iestādēm, kas norīkotas saskaņā ar Regulas (ES) [Digitālo pakalpojumu akta] 38. pantu. Digitālo pakalpojumu koordinatori saskaņā ar Regulu (ES) [digitālo pakalpojumu aktu] katrā dalībvalstī jebkurā gadījumā būtu jāatbild par koordinācijas nodrošināšanu valsts līmenī attiecībā uz šiem jautājumiem un vajadzības gadījumā jāiesaistās pārrobežu sadarbībā ar citiem digitālo pakalpojumu koordinatoriem, izmantojot Regulā (ES) [Digitālo pakalpojumu aktā] noteiktos mehānismus. Saistībā ar šīs regulas piemērošanu šim mehānismam būtu jāaprobežojas ar valstu sadarbību starp digitālo pakalpojumu koordinatoriem [un nebūtu jāietver eskalācija Savienības līmenī, kā paredzēts Regulā (ES) [Digitālo pakalpojumu aktā].
- (58) To šīs regulas aspektu pārraudzībai, kas nav uzraudzības iestāžu kompetencē saskaņā ar Regulu (ES) 2016/679 *un* Regulu (ES) 2018/1725, dalībvalstīm būtu jānorīko *attiecīgas* kompetentās iestādes. Lai atbalstītu pamattiesību un pamatbrīvību, tiesiskuma, demokrātijas principu ievērošanu un to, ka sabiedrība uzticas politiskās reklāmas pārraudzībai, nepieciešams, lai šādas iestādes būtu *objektīvas*, strukturāli neatkarīgas no ārējas intervences vai politiska spiediena un būtu pienācīgi pilnvarotas efektīvi uzraudzīt un veikt vajadzīgos pasākumus, lai nodrošinātu atbilstību šai regulai, jo tās īpaši 7. pantā noteiktajiem pienākumiem. *Kaut gan* dalībvalstis var jo īpaši izraudzīties valsts regulatīvās iestādes vai struktūras saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2010/13/ES <sup>5</sup> 30. pantu, *tās varētu izraudzīties arī citas iestādes, piemēram, vēlēšanu vai tiesu iestādes.*

---

<sup>5</sup> Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2010/13/ES (2010. gada 10. marts) par to, lai koordinētu dažus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētus noteikumus par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu (Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva) (OV L 95, 15.4.2010., 1. lpp.).



(59) Ja saskaņā ar Savienības tiesību aktiem jau pastāv noteikumi par informācijas sniegšanu kompetentajām iestādēm un sadarbību ar šīm iestādēm un starp tām, piemēram, Regulas (ES) 2021/xxx [Digitālo pakalpojumu akta] 9. pants vai Regulā (ES) 2016/679 ietvertie noteikumi, šie noteikumi būtu *mutatis mutandis* jāpiemēro attiecīgajiem šīs regulas noteikumiem.

**(59.a) *Lai atbalsētu šīs regulas noteikumu efektīvu piemērošanu, uzraudzību un izpildi un neskarot Regulu (ES) 2016/679, Regulu (ES) 2018/1725 un Digitālo pakalpojumu aktu, ir jānosaka, kurai kompetentajai iestādei vajadzētu būt atbildīgai, ja pakalpojumi tiek sniegti vairāk nekā vienā dalībvalstī vai ja pakalpojumu sniedzējs pamatdarbību veic ārpus dalībvalsts, kurā ir tā galvenā iedibinājuma vieta vai kurā atrodas tā ieceltais pārstāvis. Ja pakalpojumu sniedzējs sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus vairāk nekā vienā dalībvalstī, tās dalībvalsts kompetentajai iestādei vai iestādēm, kurā atrodas politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja galvenā iedibinājuma vieta, parasti vajadzētu būt atbildīgai vai atbildīgām par šīs regulas noteikumu efektīvu piemērošanu, uzraudzību un izpildi. Nosakot, kur atrodas pakalpojumu sniedzēja galvenā iedibinājuma vieta, kompetentajām iestādēm būtu jāņem vērā, kur atrodas pakalpojumu sniedzēja galvenais birojs vai juridiskā adrese, kurā tiek īstenotas galvenās finanšu funkcijas un darbības kontrole.***

**(59.b) *Īstenojot savas izmeklēšanas un izpildes nodrošināšanas pilnvaras, visu dalībvalstu kompetentajām iestādēm vajadzības gadījumā būtu jāsadarbojas un jāsniedz savstarpēja palīdzība. Ja iespējamajā šīs regulas pārkāpumā ir iesaistīta tikai kompetentā iestāde vai iestādes, kur politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējam nav galvenās iedibinājuma vietas, attiecīgajai kompetentajai iestādei vai iestādēm būtu jāinformē galvenās iedibinājuma vietas kompetentā iestāde, kurai attiecīgi būtu jānovērtē šis jautājums un attiecīgā gadījumā jāveic vajadzīgie izpildes pasākumi.***

**(59.c) *Lai vēl vairāk atvieglotu šīs regulas efektīvu piemērošanu un izpildi pārrobežu pakalpojumu sniegšanas gadījumā, ja iespējamā pārkāpuma izmeklēšana attiecas uz politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu vienā vai vairākās dalībvalstīs, kurās pakalpojumu sniedzējam nav galvenās iedibinājuma vietas, galvenās iedibinājuma vietas kompetentā iestāde var sākt un vadīt kopīgu izmeklēšanu, piedaloties attiecīgajai kompetentajai iestādei vai iestādēm.***

(60) Iestādēm, kuru kompetencē ir šīs regulas pārraudzība, būtu savstarpēji jāsadarbojas gan valsts, gan ES līmenī, pēc iespējas labāk izmantojot esošās struktūras, tajā skaitā valstu sadarbības tīklus, Ieteikumā C(2018) 5949 *final* minēto Eiropas vēlēšanu sadarbības tīklu un Eiropas Audiovizuālo mediju pakalpojumu regulatoru grupu, kas izveidota saskaņā ar Direktīvu 2010/13/ES. Šādai sadarbībai būtu jāveicina ātra un droša informācijas apmaiņa par jautājumiem, kas saistīti ar šīm iestādēm uzticēto uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumu veikšanu saskaņā ar šo regulu, cita starpā kopīgi identificējot pārkāpumus, apmainoties ar konstatējumiem un zinātību un sadarbojoties saistībā ar attiecīgo noteikumu piemērošanu un izpildi.

***(60.a) Lai panāktu efektīvu un strukturētu sadarbību starp visām kompetentajām iestādēm, Savienības līmenī būtu regulāri jātiekas dalībvalstu ieceltiem ekspertiem, jo īpaši Eiropas vēlēšanu sadarbības tīkla ietvaros, cieši sadarbojoties ar Eiropas Audiovizuālo mediju pakalpojumu regulatoru grupu un citiem attiecīgiem tīkliem. Lai stiprinātu sadarbību un informācijas un prakses apmaiņu Savienības līmenī, Eiropas vēlēšanu sadarbības tīklam būtu cieši jāsadarbojas ar Eiropas Audiovizuālo mediju pakalpojumu regulatoru grupu, jo īpaši attiecībā uz ziņošanu par diskusijām, kas notikušas saistībā ar šo regulu.***

- (61) Lai atvieglotu regulā noteikto pienākumu efektīvu piemērošanu, ir jāpilnvaro valstu iestādes pieprasīt no **politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem** [...] attiecīgo informāciju par politiskās reklāmas pārredzamību. Kompetentajām iestādēm nosūtāmā informācija varētu attiekties uz reklāmas kampaņu, to varētu apkopot pa gadiem vai tā varētu attiekties uz konkrētām reklāmām. Lai nodrošinātu, ka šādas informācijas pieprasījumus var izpildīt efektīvi un lietderīgi, un tajā pašā laikā politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji netiktu pakļauti nesamērīgam slogam, būtu jāparedz konkrēti nosacījumi, kuriem šiem pieprasījumiem jāatbilst. Īpaši vēlēšanu procesa savlaicīgas pārraudzības interesēs politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu ātri jāreaģē uz kompetento iestāžu pieprasījumiem – vienmēr **desmit** [...] darba dienu laikā pēc pasākumu veikšanas pieprasījuma saņemšanas. **Vēlēšanu kampaņas pēdējā mēnesī būtu jāuzskata, ka šo pienākumu pārkāpumi negatīvi un būtiski ietekmē pilsoņu tiesības, un tādēļ politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāsniedz pieprasītā informācija 48 stundu laikā. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. līdz 3. punkts, būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai bez liekas kavēšanās un, ja iespējams, pirms vēlēšanu vai referenduma datuma sniegtu pieprasīto informāciju.** Juridiskās noteiktības labad un lai nodrošinātu tiesības uz aizstāvību, kompetentās iestādes pieprasījumos sniegt informāciju būtu jāietver atbilstošs pamatojums un informācija par pieejamajiem tiesiskās aizsardzības līdzekļiem. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāizraugās kontaktpunkti sadarbībai ar kompetentajām iestādēm. Šādi kontaktpunkti varētu būt elektroniski.
- (62) Dalībvalstīm būtu jānorīko kontaktpunkts Savienības līmenī šīs regulas vajadzībām. Ja iespējams, kontaktpunktam vajadzētu būt Eiropas vēlēšanu sadarbības tīkla dalībniekam. Kontaktpunktam būtu jāveicina sadarbība starp dalībvalstu kompetentajām iestādēm, kad tās veic savus uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumus, jo īpaši jāuzņemas starpnieka loma saziņā ar citiem kontaktpunktiem citās dalībvalstīs un kompetentajām iestādēm [...] **savā dalībvalstī.**

(63) Dalībvalstu iestādēm būtu jānodrošina, ka par šajā regulā noteikto pienākumu pārkāpumiem piemēro [...] naudas sodus vai finansiālas sankcijas **un attiecīgā gadījumā citus tiesiskās aizsardzības līdzekļus**. To darot, tām būtu jāņem vērā pārkāpuma raksturs, smagums, atkārtotība un ilgums, ņemot vērā sabiedrības intereses, veikto darbību apjomu un veidu, kā arī **attiecīgā gadījumā** pārkāpēja ekonomiskās spējas. Šajā kontekstā būtu jāņem vērā **5. un 7. pantā** noteikto pienākumu būtiskā nozīme šīs regulas mērķu efektīvā sasniegšanā. Turklāt tām būtu jāņem vērā tas, vai attiecīgais **politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs vai sponsors** [...] sistemātiski vai atkārtoti nepilda savus pienākumus, kas izriet no šīs regulas, piemēram, kavējoties ar informācijas sniegšanu ieinteresētajām personām, kā arī attiecīgā gadījumā tas, vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs darbojas vairākās dalībvalstīs. Finansiālām sankcijām, [...] [...] naudas sodiem **un citiem tiesiskās aizsardzības līdzekļiem** katrā atsevišķā gadījumā **vajadzētu** būt efektīviem, samērīgiem un atturošiem, pienācīgi ņemot vērā pietiekamu un pieejamu procesuālo garantiju nodrošinājumu, un jo īpaši vajadzību nodrošināt, ka politiskās debates paliek atklātas un pieejamas.

**(63.a) *Saskaņā ar vispārējiem atbildības principiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējam nevar piemērot sankcijas, ja tas ir rīkojies, pamatojoties uz neprecīzu vai nepatiesu informāciju, kas saņemta no sponsora un kas nav bijusi acīmredzami kļūdaina, ar noteikumu, ka tas par kļūdu nav uzzinājis vēlāk.***

**(63.b) *Lai atbalstītu šīs regulas piemērošanu un uzraudzību, kompetentajām iestādēm būtu pienācīgi jāizskata no jebkuras fiziskas vai juridiskas personas saņemti paziņojumi par iespējamu šīs regulas pārkāpumu un vismaz pēc pieprasījuma informē personu, kas paziņojumu sniegusi, par turpmākajiem ar to saistītajiem pasākumiem. Pēdējā mēnesī pirms vēlēšanām vai referenduma visus paziņojumus, kas saņemti par politisko reklāmu saistībā ar minētajām vēlēšanām vai referendumu, izskata bez liekas kavēšanās.***

- (64) Šajā regulā noteikto uzraudzības iestāžu pilnvaru īstenošanai būtu jāpiemēro atbilstošas procesuālas garantijas saskaņā ar Savienības un dalībvalsts tiesību aktiem, tajā skaitā jānodrošina efektīva tiesiskā aizsardzība un pienācīgs process.
- (65) *Lai atbalstītu atbilstību šai regulai, būtu jānodrošina pakalpojumu sniedzējiem un citām ieinteresētajām personām savlaicīga un viegli pieejama informācija par valsts vēlēšanu un referendumu datumiem. Tādēļ dalībvalstīm būtu jāpublicē savu vēlēšanu un referendumu datumus. Šai informācijai vajadzētu būt viegli pieejamai un savlaicīgai. Dalībvalstīm uzreiz pēc to sniegtā paziņojuma šī informācija būtu jāsniedz arī sabiedrībai, izmantojot portālu, kuru Komisija ir darījusi pieejamu [...].*
- (65.a) *Lai atbalstītu šīs regulas efektīvu īstenošanu, Komisija tiek mudināta vajadzības gadījumā izstrādāt pamatnostādnes par politiskās reklāmas identificēšanu un sankciju piemērošanu.*
- (66) Lai sasniegtu šīs regulas mērķus, būtu jādeleģē Komisijai pilnvaras saskaņā ar Līguma 290. pantu pieņemt tiesību aktus attiecībā uz 7. panta [...] 8. punktu, lai sīkāk precizētu veidu, kādā saskaņā ar minēto pantu pārredzamības paziņojumos būtu jāsniedz prasības par informācijas sniegšanu, kā arī attiecībā uz 12.a panta [...] 6. punktu, lai sīkāk precizētu veidu, kādā būtu jāsniedz prasības par informācijas par mērķorientēšanu sniegšanu. Ir īpaši būtiski, lai Komisija organizētu attiecīgas apspriešanas *ar* [...] katras dalībvalsts norīkotiem ekspertiem, un lai minētās apspriešanas tiktu rīkotas saskaņā ar principiem, kas noteikti 2016. gada 13. aprīļa Iestāžu nolīgumā par labāku likumdošanas procesu. Jo īpaši, lai deleģēto aktu sagatavošanā nodrošinātu vienādu dalību, Eiropas Parlaments un Padome visus dokumentus saņem vienlaicīgi ar dalībvalstu ekspertiem, un minēto iestāžu ekspertiem ir sistemātiska piekļuve Komisijas ekspertu grupu sanāksmēm, kurās notiek deleģēto aktu sagatavošana.

- (67) Divu gadu laikā pēc katrām Eiropas Parlamenta vēlēšanām Komisijai būtu jāiesniedz publisks ziņojums par šīs regulas izvērtēšanu un pārskatīšanu. Sagatavojot minēto ziņojumu, Komisijai būtu jāņem vērā arī šīs regulas īstenošana saistībā ar citām Savienībā notiekošajām vēlēšanām un referendumiem, ***kā arī šīs regulas ietekme uz maziem un vidējiem mediju jomas aktoriem. Ziņojumā jo īpaši būtu jāizvērtē regulas efektivitāte attiecībā uz konkrētiem politiskās reklāmas līdzekļiem, tādas persondatu apstrādes turpmāka ierobežošana, ko veic saskaņā ar šo regulu reglamentēto mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu vajadzībām, dalībvalstu piemēroto sankciju veids un apmērs un prasība izveidot publiskus reklāmu repozitorijus visai tiešsaistes politiskajai reklāmai.*** Ziņojumā cita starpā būtu jāpārskata šīs regulas pielikumos izklāstīto noteikumu turpmāka piemērotība un jāapsver to pārskatīšanas nepieciešamība.
- (68) Papildu pienākumi Eiropas politiskajām partijām par politiskās reklāmas izmantošanu ir paredzēti Regulā (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 par Eiropas politisko partiju un Eiropas politisko fondu statusu un finansēšanu.
- (69) Ņemot vērā to, ka šīs regulas mērķus, proti, veicināt politiskās reklāmas un ar to saistīto pakalpojumu iekšējā tirgus pareizu darbību un pieņemt noteikumus par mērķorientēšanas izmantošanu politiskās reklāmas publicēšanas un izplatīšanas kontekstā, nevar pietiekami labi sasniegt dalībvalstīs, un to, ka šos mērķus var labāk sasniegt Savienības līmenī, Savienība var pieņemt šo regulu saskaņā ar LES 5. pantā noteikto subsidiaritātes principu. Saskaņā ar minētajā pantā noteikto proporcionalitātes principu šajā regulā paredz vienīgi tos pasākumus, kas ir vajadzīgi minēto mērķu sasniegšanai.
- (70) Šī regula neskar noteikumus, kas konkrēti paredzēti Direktīvā 2000/31/EK, tajā skaitā minētās direktīvas 12.–15. pantā ietvertos noteikumus par starpnieku pakalpojumu sniedzēju saistībām (ar grozījumiem, kas veikti ar Regulu (ES) 2021/xxx [Digitālo pakalpojumu aktu]), un noteikumus, kas paredzēti Regulā (ES) 2021/xxx [Digitālo tirgu aktā], Direktīvā 2002/58/EK un Regulā (ES) XXX [e-privātuma regulā], kā arī Direktīvā 2010/13/ES, Direktīvā 2000/31/EK, Direktīvā 2002/58/EK, Direktīvā 2005/29/EK, Direktīvā 2011/83/ES, Direktīvā 2006/114/EK, Direktīvā 2006/123/EK un Regulā (ES) 2019/1150.

(71) Saskaņā ar Regulas (ES) 2018/1725 42. panta 1. punktu ir notikusi apspriešanās ar Eiropas Datu aizsardzības uzraudzītāju, kas 2022. gada XX XX sniedza atzinumu,

IR PIENĒMUŠI ŠO REGULU.

## I NODAĻA. VISPĀRĪGI NOTEIKUMI

### *1. pants*

#### **Priekšmets un mērķi [...]**

1. Ar šo regulu paredz:
  - a) saskaņotus pārredzamības pienākumus politiskās reklāmas un saistīto pakalpojumu sniedzējiem saglabāt, izpaust un publicēt informāciju, kas saistīta ar šādu pakalpojumu sniegšanu;
  - b) saskaņotus noteikumus par mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu saistībā ar politisko reklāmu [...], kas ietver *persondatu* [...] apstrādi, ***un neatkarīgi no tā, vai politiskā reklāma ietver pakalpojumu.***
2. [...]
3. Šīs regulas mērķi ir:
  - a) veicināt politiskās reklāmas un saistīto pakalpojumu iekšējā tirgus pareizu darbību;
  - b) aizsargāt fiziskas personas attiecībā uz persondatu apstrādi.



1. [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...] [...]

### ***1.a pants***

#### ***Darbības joma***

- 1. Šo regulu piemēro politiskajai reklamēšanai, ja politisko reklāmu izplata Savienībā vai adresē personām, vai publisko vienā vai vairākās dalībvalstīs, neatkarīgi no politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja iedibinājuma vietas un izmantotajiem līdzekļiem.***
- 2. Šī regula neietekmē ne politisko reklāmu saturu, ne Savienības vai dalībvalstu noteikumus, kas reglamentē citus aspektus, kuri nav ar šo regulu aptvertie aspekti.***

3[...]. Šī regula neskar noteikumus, kas ietverti šādos tiesību aktos:

- a) Direktīvā 2000/31/EK;
- b) Direktīvā 2002/58/EK un Regulā (ES) XXX [e-privātuma regulā];
- c) Direktīvā 2005/29/EK;
- d) Direktīvā 2006/114/EK;
- e) Direktīvā 2006/123/EK;
- f) Direktīvā 2010/13/ES;
- g) Direktīvā 2011/83/ES;
- h) Regulā (ES) 2019/1150;
- i) [Regulā (ES) 2022/xxx [Digitālo pakalpojumu aktā]].

## *2. pants*

### **Definīcijas**

Šajā regulā [...]:

1. "pakalpojums" ir jebkura pašnodarbinātā saimnieciskā darbība, parasti par atlīdzību, kā norādīts LESD 57. pantā;
2. "politiskā reklamēšana" ir noteikta vēstījuma izveide, izvietošana, popularizēšana, publicēšana vai izplatīšana jebkādā veidā, ja:
  - a) to veic politiskais aktors vai tā vārdā vai uzdevumā, ja vien šādam vēstījumam nav tikai privāts vai tikai komerciāls raksturs; vai

- b) vēstījums var ietekmēt **un ir vērsts uz to, lai ietekmētu** vēlēšanu vai referenduma iznākumu, **vēlētāju uzvedību vai** likumdošanas vai regulatīvo procesu [...] [...] **Savienības, valsts, reģionālā vai vietējā līmenī.**

*Tas neietver:*

- i) **politiskos uzskatus, kas jebkuros medijos pausti saskaņā ar redakcionālo atbildību, ja vien par minētā politiskā viedokļa paušanu vai saistībā ar to nav paredzēta konkrēta atlīdzība.**
- ii) [...] **dalībvalstu vai Savienības oficiālos avotos pieejamus vēstījumus, kas attiecas tikai uz [...]** vēlēšanu vai referendumu organizēšanu un dalības kārtību, **tostarp kandidātiem un referendumā izvirzīto jautājumu, vai dalības vēlēšanās vai referendumos popularizēšanu [...];**
- iii) **publisko saziņu, ko veic jebkura dalībvalsts publiskā iestāde, tostarp valdības locekļi, vai ko veic tās uzdevumā vai vārdā, ar noteikumu, ka minētā saziņa nav vērsta uz to, lai ietekmētu vēlēšanu vai referenduma iznākumu, vēlētāju uzvedību vai likumdošanas vai regulatīvo procesu;**
- iv) **iepazīstināšanu ar kandidātiem noteiktās publiskās telpās vai medijos, ko skaidri paredz tiesību akti un piešķir bez maksas, vienlaikus nodrošinot vienlīdzīgu attieksmi.**
3. "politiskā reklāma" ir politiskās reklamēšanas piemērs, **kas publicēts vai izplatīts jebkādiem līdzekļiem;**
4. "politiskais aktors" ir jebkurš no turpmāk minētajiem:
- a) politiskā partija Regulas (ES, Euratom) Nr. 1141/2014 2. panta 1. punkta nozīmē vai struktūra, kas [...] saistīta ar [...] šādu politisko partiju;

- b) politiskā apvienība Regulas (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 2. panta 2. punkta nozīmē;
- c) Eiropas politiskā partija Regulas (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 2. panta 3. punkta nozīmē;
- d) kandidāts ***uz vai persona, kas ieņem*** jebkuru vēlētu amatu [...] ***Savienības***, valsts, reģionālā un vietējā līmenī vai [...] ***jebkuru*** vadošu amatu [...] politiskajā partijā;

[...]

- f) ***Savienības iestāžu*** [...] loceklis, ***izņemot Eiropas Savienības Tiesu, Eiropas Centrālo banku un Revīzijas palātu, vai dalībvalstu*** valdības loceklis valsts, reģionālā vai vietējā līmenī;

[...]

- h) jebkura fiziska vai juridiska persona, kas pārstāv kādu no a)–g) apakšpunktā minētajām personām vai organizācijām vai rīkojas tās vārdā ***un*** kas popularizē tās politiskos mērķus;

5. "politiskās reklāmas pakalpojums" ir pakalpojums, kas ietver politiskās reklāmas nodrošināšanu, izņemot tādu tiešsaistes starpniecības pakalpojumu Regulas (ES) 2022[...] /XXX [Digitālo pakalpojumu akta] 2. panta f) punkta nozīmē, kurš tiek sniegts bez [...] ***konkrētas atlīdzības*** par ***politiskā*** [...] vēstījuma ***izveidi***, izvietojumu, ***popularizēšanu***, publicēšanu vai izplatīšanu;

- 5.a *"politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs" ir fiziska vai juridiska persona, kas sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, izņemot pakalpojumu sniedzējus, kas sniedz tikai papildpakalpojumus;*
6. "politiskās reklāmas kampaņa" ir kopīgi izstrādātu, sponsorētu vai finansētu savstarpēji saistītu **politisko** reklāmu sērijas izveide, izvietošana, popularizēšana, publicēšana vai izplatīšana saskaņā ar politiskās reklāmas līgumu;
7. "sponsors" ir fiziska vai juridiska persona, **pēc kuras pieprasījuma vai** kuras vārdā tiek veidota, izvietota, **popularizēta**, publicēta vai izplatīta politiskā reklāma;
8. "mērķorientēšanas [...] metodes" ir metodes, ko izmanto, lai [...] politisko reklāmu, **kuras saturs parasti ir pielāgots**, adresētu [...] tikai konkrētai personai vai personu grupai, **pamatojoties uz persondatu apstrādi** [...];
- 8.a *"pastiprināšanas metodes" ir optimizācijas metodes, tostarp reklāmas piegādes metodes, ko izmanto, lai palielinātu politiskās reklāmas apriti, sasniedzamību vai redzamību, pamatojoties uz persondatu apstrādi, un kas var kalpot tam, lai politisko reklāmu piegādātu tikai konkrētai personai vai personu grupai;*
9. [...]
10. "attiecīgais elektorāts" ir to personu kopums, kam ir tiesības balsot vēlēšanās vai referendumā dalībvalstī, kurā **tiek publicēta vai izplatīta** [...] politiskā reklāma, un kas var būt viss dalībvalsts elektorāts;

11. "politiskās reklāmas publicētājs" ir politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs [...], kas ar jebkura medija palīdzību *publicē vai izplata politisko reklāmu* [...];
12. "pārzinis" ir pārzinis saskaņā ar Regulas (ES) 2016/679 4. panta [...] 7. punktu vai attiecīgā gadījumā Regulas (ES) 2018/1725 3. panta [...] 8. punktu.

[...]

## *2.a pants*

### *Politiskās reklāmas identificēšana*

1. *Lai noteiktu, vai vēstījums ir politiska reklāma 2. panta 2. punkta b) apakšpunkta nozīmē, ņem vērā tā attiecīgās iezīmes, piemēram:*
  - (a) vēstījuma saturu;*
  - (b) vēstījuma sponsoru;*
  - (c) vēstījuma nodošanai izmantoto valodu, vēstījuma popularizēšanas, publicēšanas vai izplatīšanas līdzekļus un mērķauditoriju;*
  - (d) kontekstu, kādā vēstījums tiek nodots, tostarp izplatīšanas laikposmu, piemēram, vēlēšanu vai referenduma laikposmus un likumdošanas vai regulatīvo procesu;*
  - (e) vēstījuma mērķi.*

2. ***Būtu jāpastāv skaidrai un būtiskai saiknei starp vēstījumu un to, vai tas var ietekmēt vēlēšanu vai referenduma iznākumu, vēlētāju uzvedību vai likumdošanas vai regulatīvo procesu.***

3. pants

***Iekšējā tirgus princips [...]***

1. Dalībvalstis ar ***politiskās reklāmas*** pārredzamību saistītu iemeslu dēļ neuztur un neievieš tādus noteikumus vai pasākumus, kas atšķiras no šajā regulā noteiktajiem.
2. Ja tiek ievērotas šīs regulas prasības, ar pārredzamību saistītu apsvērumu dēļ neaizliedz un neierobežo politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu [...].

## II NODAĻA. POLITISKĀS REKLĀMAS PAKALPOJUMU PĀRREDZAMĪBAS PIENĀKUMI

### 4. pants

#### Politiskās reklāmas pakalpojumu pārredzamība

1. Politiskās reklāmas pakalpojumus sniedz pārredzamā veidā saskaņā ar šīs regulas [...] **II nodaļā** noteiktajiem pienākumiem.
- 1.a** *Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji nodrošina, ka līgumi, kas noslēgti par politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu, sekmē šīs regulas attiecīgo noteikumu ievērošanu.*

### 5. pants

#### Politiskās reklāmas pakalpojumu identificēšana

1. Reklāmas pakalpojumu sniedzējiem ir pienākums prasīt sponsoriem un reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā, norādīt, vai reklāmas pakalpojums, kuru tie lūdz pakalpojumu sniedzējam izpildīt, ir politiskās reklāmas pakalpojums 2. panta 5. punkta nozīmē. Sponsori un reklāmas pakalpojumu sniedzēji, kas rīkojas sponsoru vārdā, sniedz šādu paziņojumu *patiesi*.
2. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji nodrošina, ka saskaņā ar līgumu, kas noslēgts par politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu, *sponsoram vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā [...], ir jāsniedz attiecīgā informācija, kas vajadzīga, lai ievērotu 6. panta 1. punkta prasības. Minēto informāciju sniedz pilnīgi un precīzi un bez liekas kavēšanās [...].*
- 2.a** *Ja reklāmas pakalpojumu sniedzējam kļūst zināms vai tam ir faktiskas zināšanas par to, ka [...] paziņojums vai informācija ir acīmredzami kļūdaini, tas pieprasa sponsoram [...] vai reklāmas pakalpojumu sniedzējam [...], kas rīkojas sponsora [...] vārdā, labot savu paziņojumu vai sniegto informāciju. Sponsori vai reklāmas pakalpojumu sniedzēji, kas rīkojas sponsoru vārdā, šādus labojumus veic pilnīgi un precīzi un bez liekas kavēšanās.*



## 6. pants

### *Uzskaitē [...]*

1. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji glabā informāciju, ko tie savākuši, sniedzot savus pakalpojumus, par:
  - a) politisko reklāmu vai politiskās reklāmas kampaņu, ar kuru ir saistīts attiecīgais pakalpojums vai pakalpojumi;
  - b) konkrēto pakalpojumu vai pakalpojumiem, **ko tie** sniedz saistībā ar politisko reklāmu;
  - c) summām, par kurām tie izrakstījuši rēķinu par sniegto pakalpojumu vai pakalpojumiem, un tādu citu labumu vērtību, kas daļēji vai pilnībā saņemti apmaiņā pret sniegto pakalpojumu vai pakalpojumiem, **un to avotiem**:[...]
  - d) [...] **politiskās reklāmas** sponsora identitāti **un attiecīgā gadījumā vienību, kam ir galīgā kontrole pār sponsoru**, [...] **to** kontaktinformāciju, **un attiecībā uz juridiskām personām – to iedibinājuma vietu; un**  
**da) attiecīgā gadījumā – norādi par attiecīgām vēlēšanām vai referendumiem, ar kuriem politiskā reklāma ir saistīta.**
2. Šā panta 1. punktā minētā informācija ir [...] **rakstiska vai** [...] elektroniskā formā. Šādu informāciju glabā piecus gadus attiecīgi no pēdējās izveides, izvietojšanas, **popularizēšanas**, publicēšanas vai izplatīšanas dienas.
  - 2.a **Šo pantu nepiemēro uzņēmumiem, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. punkts, ja reklāmas pakalpojumu sniegšana ir tikai margināla un papildina to pamatdarbību.**
3. [...]

## 6.a pants

## *Informācijas nodošana politiskās reklāmas publicētājam*

- 1. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji nodrošina, ka 6. panta 1. punktā minēto informāciju savlaicīgi, pilnīgi un precīzi paziņo politiskās reklāmas publicētājiem, kas publicēs vai izplatīs politisko reklāmu, lai politiskās reklāmas publicētāji varētu izpildīt tiem šajā regulā noteiktos pienākumus. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji pieliek saprātīgas pūles, lai nodrošinātu, ka saskaņā ar 6. panta 1. punktu saglabātā informācija ir pilnīga un precīza.*

*Ja politiskās reklāmas publicētājs ir vienīgais politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs, sponsors attiecīgo informāciju dara zināmu publicētājam.*

- 2. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji minēto informāciju nosūta vienlaikus ar attiecīgā pakalpojuma sniegšanu saskaņā ar paraugpraksi un nozares standartiem, izmantojot standartizētu automatizētu procesu, ja tas ir tehniski iespējams.*
- 3. Ja politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs uzzina, ka tā nosūtītā informācija ir atjaunināta, tas nodrošina, ka šī atjauninātā informācija tiek paziņota attiecīgajam politiskās reklāmas publicētājam.*

**Pārredzamības prasības attiecībā uz katru politisko reklāmu**

1. **Politiskās reklāmas publicētājs** [...] **kopā ar katru politisko reklāmu** [...] skaidrā, pamanāmā un nepārprotamā veidā [...] **dara** [...] pieejamu šādu informāciju:
  - a) paziņojums, ka tā ir politiska reklāma;
  - b) politiskās reklāmas sponsora identitāte un **attiecīgā gadījumā** vienība, kam ir galīgā kontrole pār sponsoru;
  - ba) attiecīgā gadījumā – paziņojums par to, ka politiskā reklāma ir bijusi mērķorientēta vai pastiprināta;**
  - c) pārredzamības paziņojums, kas palīdz izprast plašāku politiskās reklāmas kontekstu un tās mērķus, vai skaidra norāde, kur to var viegli iegūt.

Šajā sakarā politiskās reklāmas publicētāji izmanto efektīvus un pamanāmus marķēšanas un atzīmēšanas paņēmienus, kas ļauj skaidri identificēt reklāmas politisko raksturu un saglabāt marķējumu vai atzīmi arī tad, ja politiskā reklāma tiek izplatīta tālāk.

2. Pārredzamības paziņojumā [...] iekļauj **vismaz** šādu informāciju:

- a) sponsora identitāte **un attiecīgā gadījumā vienība, kam ir galīgā kontrole pār sponsoru** [...];
- b) [...]
- c) [...] informācija par kopējām summām vai citiem ieguvumiem, ko saņēmuši **politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, tostarp par to, ko publicētājs saņēmis** daļējas vai pilnīgas apmaiņas veidā par **politiskās reklāmas pakalpojumiem**, ko tas sniedzis **par** [...] attiecīgo reklāmu un attiecīgā gadījumā **par** [...] politiskās reklāmas kampaņu, un to avotiem;

d) attiecīgā gadījumā – norāde par vēlēšanām vai referendumiem, ar kuriem reklāma ir saistīta;

e) attiecīgā gadījumā – **6. punktā minētās** saites uz reklāmu tiešsaistes repozitorijiem;

**ea) attiecīgā gadījumā – 12.a panta 1. punkta c) un ca) apakšpunktā norādītā informācija;**

f) [...]

g) [...] Informācijā, kas jāiekļauj pārredzamības paziņojumā, **ietver arī elementus**, [...] kuri izklāstīti I pielikumā.

**2.a Pārredzamības paziņojumu iekļauj katrā politiskajā reklāmā, vai to var viegli iegūt no tās pirmās publicēšanas un līdz tās publicēšanas beigām. Pārredzamības paziņojumus sagatavo viegli pieejamā formātā un, ja tehniski iespējams, mašīnlasāmā, skaidri redzamā un lietotājdraudzīgā formātā, arī izmantojot vienkāršu valodu. Tos pārredzamības paziņojumus, kuri ir mašīnlasāmā formātā, dara pieejamus, izmantojot kopīgu publiski pieejamu lietojumprogrammas saskarni.**

3. Politiskās reklāmas publicētāji pieliek saprātīgas pūles, lai nodrošinātu, ka [...] 2. punktā minētā informācija ir pilnīga, **precīza un atjaunināta. Ja sponsoram vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējam [...] kļūst zināms, ka politiskās reklāmas publicētājam nosūtītā vai viņa publicētā informācija ir nepilnīga vai neprecīza, tas bez liekas kavēšanās sazinās ar attiecīgo politiskās reklāmas publicētāju un attiecīgā gadījumā nosūta pilnīgu vai labotu informācija politiskās reklāmas publicētājam. Ja politiskās reklāmas publicētājam jebkādā veidā kļūst zināms, ka 2. punktā minētā informācija ir nepilnīga vai neprecīza, tas pieliek saprātīgas pūles, tostarp attiecīgā gadījumā sazinoties ar attiecīgo sponsoru vai pakalpojumu sniedzējiem, lai papildinātu vai labotu informāciju. [...] Ja informāciju nevar papildināt vai labot bez liekas kavēšanās, publicētājs nedara pieejamu vai pārtrauc politiskās reklāmas publicēšanu vai izplatīšanu [...] [...]. Publicētājs informē sponsoru vai pakalpojumu sniedzēju, kas rīkojas sponsora vārdā, ja politiskā reklāma, kuru tas sponsorē, netiek darīta pieejama vai tiek pārtraukta.**

4. [...]

5. Politiskās reklāmas publicētāji glabā savus pārredzamības paziņojumus kopā ar jebkādiem to grozījumiem piecus gadus pēc *pēdējās publikācijas* [...].
- 5.a ***Šā panta 5. punktu nepiemēro uzņēmumiem, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. punkts, ar noteikumu, ka reklāmas pakalpojumu sniegšana ir tikai margināla un papildina to pamatdarbību.***
6. Politiskās reklāmas publicētāji, kas ir ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2021/xxx [DPTA] 25. panta nozīmē, nodrošina, ka ***attiecībā uz katru politisko reklāmu informācija, kas izklāstīta šā panta 2. punktā, tiek nekavējoties darīta pieejama repozitorijos, kuri norādīti*** [...] minētās regulas [Digitālo pakalpojumu akta] [39. [...] pantā] . ***Šādu informāciju pastāvīgi atjaunina un sniedz atbilstīgi saskaņotam nozares standartam attiecībā uz pieklūstamību, datu struktūru un piekļuvi, izmantojot kopīgu publiski pieejamu lietojumprogrammas saskarni*** [...].
7. Dalībvalstis, to kompetentās iestādes un Komisija mudina izstrādāt rīcības kodeksus, kas paredzēti, lai veicinātu šā panta pareizu piemērošanu, ņemot vērā attiecīgo iesaistīto pakalpojumu sniedzēju raksturīgās iezīmes un mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu (Direktīvas 2013/34/ES 3. panta nozīmē) īpašās vajadzības.

8. Komisija ir pilnvarota pieņemt deleģētos aktus saskaņā ar 19. pantu, lai grozītu I pielikumu, papildinot [...] *vai* grozot [...] *tajā iekļautā* informācijas saraksta elementus, [...] ņemot vērā tehnoloģiju attīstību, *attiecīgos zinātniskos pētījumus, kompetento iestāžu veiktās uzraudzības attīstību un kompetento struktūrā izdotos attiecīgos norādījumus un ar noteikumu, ka tiek saglabāti šā panta 2. punktā izklāstītie elementi un ka* šāds grozījums ir nepieciešams, lai izprastu politiskās reklāmas plašāku kontekstu un tās mērķus.

#### 8. pants

#### Periodiski ziņojumi par politiskās reklāmas pakalpojumiem

1. *Politiskās* reklāmas publicētāji [...] iekļauj pa kampaņām apkopotu informāciju par summām vai par tādu citu labumu vērtību, kas daļēji vai pilnībā saņemti apmaiņā pret [...] *sniegtajiem* pakalpojumiem, tajā skaitā par mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu, *to pievienojot* [...] savam vadības ziņojumam Direktīvas 2013/34/ES 19. panta nozīmē.
2. Šā panta 1. punktu nepiemēro uzņēmumiem, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta *1. līdz* [...] *3. punkts* [...].

#### 9. pants

#### Paziņošana par iespējami nelikumīgām politiskajām reklāmām

- 1.*[...] [...] *Politiskās* reklāmas publicētāji [...] nodrošina iespēju *fiziskām vai juridiskām personām* [...] bez maksas tiem paziņot, ka konkrēta reklāma, ko tie ir publicējuši, neatbilst šai regulai.

- 2.[...] Informācijai par to, kā paziņot par 1. punktā minētajām politiskajām reklāmām, jābūt lietotājdraudzīgai un viegli pieejamai, ar iespēju tai piekļūt arī no pārredzamības paziņojuma.
- [...] Politiskās reklāmas publicētāji pieņem 1. punktā minēto [...] **paziņojumu** arī elektroniski.
3. ***Politiskās reklāmas publicētāji pieliek saprātīgas pūles, lai rūpīgi un objektīvi un bez liekas kavēšanās reaģētu uz paziņojumiem, kas saņemti saskaņā ar 1. punktu, sazinoties ar attiecīgajiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem un attiecīgā gadījumā ar sponsoru.***
- 3.a [...] [...] ***Politiskās*** reklāmas publicētāji, ***vismaz pēc pieprasījuma un bez liekas kavēšanās, informē personas, kas sniegušas 1. punktā minēto paziņojumu, [...] par turpmākajiem pasākumiem, kas veikti, reaģējot uz to [...]. Politiskās reklāmas publicētāji, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. punkts, dara visu iespējamo, lai nodrošinātu atbilstību šim punktam.***
- 3.b ***Pēdējā mēnesī pirms vēlēšanām vai referenduma politisko reklāmu publicētāji, kas ir ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2022/XXX [Digitālo pakalpojumu akts] nozīmē, 48 stundu laikā reaģē uz visiem saņemtajiem paziņojumiem par reklāmu, kas saistīta ar šīm vēlēšanām vai referendumu.***
- 4.[...] Uz atkārtotiem paziņojumiem saskaņā ar 1. punktu par vienu un to pašu reklāmu vai reklāmas kampaņu var sniegt kopīgu atbildi, arī ar atsauci uz paziņojumu, kas ievietots attiecīgā politiskās reklāmas publicētāja tīmekļa vietnē.

#### *10. pants*

### **Informācijas nosūtīšana kompetentajām iestādēm**

1. ***Lai verificētu atbilstību 6., 7. un 8. pantam, [...] kompetentajām valsts iestādēm ir pilnvaras pieprasīt, lai politiskās reklāmas pakalpojumu [...] sniedzēji nosūtītu [...] visu nepieciešamo [...] informāciju. Nosūtītā informācija [...] ir pilnīga, precīza un uzticama, un tā tiek sniegta skaidrā, saskanīgā, konsolidētā un saprotamā formātā. Ja tas ir tehniski iespējams, informāciju nosūta mašīnlasāmā formātā.***

- 1.a** Šā panta **1. punktā minētajā** pieprasījumā ir šādi elementi:
- a) pamatojums, kurā paskaidroti iemesli, kādēļ informācija tiek pieprasīta un kāpēc pieprasījums ir nepieciešams un samērīgs, ja vien tas nav vērsts uz mērķi novērst, **atklāt**, izmeklēt noziedzīgus nodarījumus **vai smagus administratīvus pārkāpumus** [...] un saukt pie atbildības par tiem, ciktāl pieprasījuma iemesli varētu apdraudēt šo mērķi;
  - b) informācija par tiesiskās aizsardzības līdzekļiem, kas pieejami attiecīgajam pakalpojumu sniedzējam un politiskās reklāmas pakalpojuma sponsoram.
2. Saņemot pieprasījumu saskaņā ar 1. punktu, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji divu darba dienu laikā apstiprina, ka ir saņēmuši šo pieprasījumu, un informē iestādi par pasākumiem, kas veikti, lai to izpildītu. Attiecīgais pakalpojumu sniedzējs sniedz pieprasīto informāciju desmit darba dienu laikā. **Tomēr politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. līdz 3. punkts, pieliek saprātīgas pūles, lai piecpadsmit darba dienu laikā sniegtu pieprasīto informāciju.**
- 2.a** **Atkāpjoties no 3. punkta, pēdējā mēnesī pirms vēlēšanām vai referenduma politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji sniedz pieprasīto informāciju 48 stundu laikā. Tomēr politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. līdz 3. punkts, pieliek saprātīgas pūles, lai bez liekas kavēšanās un, ja iespējams, pirms vēlēšanu vai referenduma datuma sniegtu pieprasīto informāciju.**
3. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji norīko kontaktpunktu sadarbībai ar kompetentajām valsts iestādēm. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, [...] **uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. līdz 3. punkts**, par kontaktpersonu var iecelt ārēju fizisku personu.



### Informācijas nosūtīšana citām ieinteresētajām personām

1. *Pēc ieinteresēto personu pieprasījuma* [...] politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji *bez maksas* [...] *minētajām* personām nosūta informāciju, kura saskaņā ar [...] 6. **un** 7. pantu *ir nododama to rīcībā*.

2. Ieinteresētās personas, kas pieprasa informācijas nosūtīšanu saskaņā ar 1. punktu, ir neatkarīgas no komerciālām interesēm un ietilpst vienā vai vairākās no šādām kategorijām:

- a) pārbaudīti pētnieki saskaņā ar Regulas (ES) 2021/xxx [Digitālo pakalpojumu akta] 31. pantu;
- b) tādas pilsoniskās sabiedrības organizācijas biedri, kuras statūtos noteiktie mērķi ir aizsargāt un popularizēt sabiedrības intereses un kura ir pilnvarota saskaņā ar valsts vai Savienības tiesību aktiem;
- c) politiskie dalībnieki [...]; [...]
- d) dalībvalstī [...] **atzīti** valsts vai starptautiski vēlēšanu novērotāji [...]; **vai**  
**da) žurnālisti.**

[...]

3. Pēc ieinteresētās personas pieprasījuma pakalpojumu sniedzējs dara visu iespējamo, lai viena mēneša laikā sniegtu pieprasīto informāciju vai pamatotu atbildi saskaņā ar 5. punktu.

4. Sagatavojot informāciju, kas jāsniedz saskaņā ar 1. punktu, pakalpojumu sniedzējs var apkopot attiecīgās summas vai norādīt tās diapazona veidā, ciktāl tas nepieciešams, lai aizsargātu tā likumīgās komerciālās intereses.
5. Ja pieprasījumi saskaņā ar 1. punktu ir acīmredzami nepamatoti, neskaidri vai pārmērīgi, jo īpaši to skaidrības trūkuma dēļ, pakalpojumu sniedzējs var atteikties sniegt atbildi. Šādā gadījumā attiecīgais pakalpojumu sniedzējs ieinteresētajai personai, kas iesniegusi pieprasījumu, nosūta pamatotu atbildi ***un informāciju par tiesiskās aizsardzības iespējām.***
6. Ja pieprasījumu ***apstrāde*** saskaņā ar 1. punktu [...] ir saistīta ar ievērojamām izmaksām, pakalpojumu sniedzējs var iekasēt saprātīgu un samērīgu maksu, kas jebkurā gadījumā nepārsniedz administratīvās izmaksas par pieprasītās informācijas sniegšanu.
7. Pakalpojumu sniedzējiem ir pienākums pierādīt, ka pieprasījums ir acīmredzami nepamatots, neskaidrs vai pārmērīgs vai ka pieprasījumu [...] apstrāde rada ievērojamas izmaksas.

# III NODAĻA. POLITISKĀS REKLĀMAS MĒRĶORIENTĒŠANA UN PASTIPRINĀŠANA

## 12. pants

### *Aizliegumi [...] attiecībā uz mērķorientēšanu un pastiprināšanu*

1. Ir aizliegtas mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, kas nozīmē arī Regulas (ES) 2016/679 9. panta 1. punktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 1. punktā minēto **īpašo** persondatu **kategoriju** apstrādi saistībā ar politisko reklāmu.
2. Panta **1. punktā** [...] [...] noteikto aizliegumu nepiemēro Regulas (ES) 2016/679 9. panta 2. punkta a) apakšpunktā [...] un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 2. punkta a) apakšpunktā [...] minētajos gadījumos. **Šā punkta īstenošanas nolūkos nepārprotama piekrišana Regulu (ES) 2016/679 un (ES) 2018/1725 nozīmē būtu jāsniedz atsevišķi un konkrēti politiskās reklāmas nolūkā.**
- 2.a **Panta 1. punktu nepiemēro Regulas (ES) 2016/679 9. panta 2. punkta d) apakšpunktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 2. punkta d) apakšpunktā minētajos gadījumos.**
3. **Tāpēc saistībā ar politisko reklāmu ir aizliegtas mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, kas nozīmē arī tāda subjekta personas datu apstrādi, par kuru ir pietiekami droši zināms, ka tas ir vismaz vienu gadu jaunāks par valsts noteikumos paredzēto balsošanas vecumu.**

## 12.a pants

### *Īpašas prasības attiecībā uz mērķorientēšanu un pastiprināšanu*

- I[...]. Saistībā ar politisko reklāmu izmantojot mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, kas nozīmē arī personas datu apstrādi, pārziņi papildus attiecīgi Regulā (ES) 2016/679 un Regulā (ES) 2018/1725 noteiktajām prasībām ievēro arī šādas prasības:

- a) pieņem, [...] īsteno **un dara publiski pieejamu** iekšējās politikas dokumentu, kurā skaidri un vienkāršā valodā aprakstīts, **kā** [...] [...] šādas metodes  **tiek izmantotas** [...], un glabā šādu politikas dokumentu piecus gadus **no dienas, kad pēdējoreiz šīs metodes tika izmantotas**;
- b) veic uzskaiti par mērķorientēšanas vai pastiprināšanas izmantošanu, attiecīgajiem izmantotajiem mehānismiem, metodēm un parametriem, kā arī par izmantoto personas datu avotu(-iem).
- c) kopā ar **norādi, ka tā ir** politiska reklāma, **nodrošina to, ka tiek sniegta [...]** papildu informāciju, kas nepieciešama, lai attiecīgā fiziskā persona varētu saprast izmantotās metodes loģiku un galvenos parametrus, kā arī trešo personu nodrošinātu datu un papildu analītisko metožu izmantošanu. **Minētajā informācija ir ietverti vismaz šādi elementi:**
- i) **konkrētas saņēmēju grupas, tostarp parametri, ko izmanto, lai noteiktu saņēmējus, kuriem reklāma tiek izplatīta;**
  - ii) **mērķorientēšanai un pastiprināšanai izmantoto personas datu kategorijas un avoti;**

**Iekļaujāmā** [...] informācija **satur arī** II pielikumā izklāstītos [...] elementus.

- ca)** [...] kopā ar reklāmu **vai** [...] 7. pantā prasīto pārredzamības paziņojumu **sniedz** atsauci uz efektīviem līdzekļiem, ar ko tiek atbalstītas personas savu tiesību īstenošanā saskaņā ar attiecīgi Regulu (ES) 2016/679 **vai Regulu (ES) 2018/1725, jo īpaši atsauci uz personu tiesībām attiecīgā gadījumā dot vai atsaukt savu piekrišanu un uz tiesībām iebilst. Šādā atsaucē ir iekļauta saite uz saskarni, kas dod iespēju īstenot šādas tiesības.**

2[...]. [...] Ja pārziņi nav **politiskās** reklāmas publicētāji, pārziņi nosūta iekšējās politikas dokumentu **un nodrošina, ka 1. punkta c) un ca) apakšpunktā minētā informācija tiek paziņota** [...] politiskās reklāmas publicētājam, **lai politiskās reklāmas publicētājs varētu izpildīt savas saistības saskaņā ar šo regulu. Informāciju nosūta laikus un precīzi saskaņā ar paraugpraksi un nozares standartiem, izmantojot standartizētu, automatizētu procesu, ja tas tehniski iespējams.**

3. **Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji vajadzības gadījumā nosūta pārzinim informāciju, kas vajadzīga, lai izpildītu 1. un 2. punktā noteiktās prasības.**
5. [...]
- 4[...]. Informāciju, kas jāsniedz saskaņā ar [...] **1.–3. punktu**, sniedz viegli pieejamā formātā un, ja tas ir tehniski iespējams, mašīnlasāmā, skaidri redzamā un lietotājdraudzīgā formātā, arī izmantojot vienkāršu valodu.
7. [...]
- 5[...]. Komisija ir pilnvarota pieņemt deleģētos aktus saskaņā ar 19. pantu, lai grozītu II pielikumu, **papildinot vai** grozot [...] **tur** iekļautā informācijas saraksta elementus, [...] ņemot vērā tehnoloģiju attīstību, attiecīgos zinātniskos pētījumus, kompetento iestāžu veiktās uzraudzības attīstību un attiecīgos kompetento struktūru izdotos norādījumus **un ar noteikumu, ka tiek saglabāti šā panta 1. punkta c) apakšpunktā izklāstītie elementi.**

### *13. pants*

#### **Informācijas par mērķorientēšanu vai pastiprināšanu nosūtīšana citām ieinteresētajām personām**

1. [...] [...] **Pārziņi** [...] veic atbilstīgus pasākumus, lai saskaņā ar 11. panta 1. punktu pēc ieinteresēto personu pieprasījuma **un bez maksas** nosūtītu 12.a pantā minēto informāciju.
2. Šīs regulas 11. panta 2.–7. punktu piemēro *mutatis mutandis*.

## IV NODAĻA. UZRAUDZĪBA UN IZPILDES PANĀKŠANA

### 14. pants

#### Juridiskais pārstāvis

1. Pakalpojumu sniedzēji, kuri Savienībā sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, bet kuriem nav iedibinājuma Savienībā, rakstveidā norīko fizisku vai juridisku personu par savu juridisko pārstāvi kādā dalībvalstī, kurā pakalpojumu sniedzējs piedāvā savus pakalpojumus. ***Ieceltais juridiskais pārstāvis reģistrējas 2.a punktā minētajā kompetentajā iestādē.***
  - 1.a ***Ja politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji nepilda 1. punktā noteikto pienākumu, dalībvalstis veic visus piemērotos pasākumus, lai nodrošinātu atbilstību šai regulai, tostarp, pārtraucot attiecīgās politiskās reklāmas publicēšanu vai izplatīšanu, ja citādi nav iespējams nodrošināt atbilstību.***
  2. Juridiskais pārstāvis ir atbildīgs par to, lai nodrošinātu pārstāvētā pakalpojumu sniedzēja pienākumu izpildi saskaņā ar šo regulu, un ar tā starpniecību notiek visa saziņa ar attiecīgo pakalpojumu sniedzēju. Jebkāda saziņa ar šo juridisko pārstāvi ir uzskatāma par saziņu ar pārstāvēto pakalpojumu sniedzēju.
    - 2.a ***Dalībvalstis izraugās vienu kompetento iestādi, kas ir atbildīga par to, lai tiešsaistē publicētu un regulāri atjauninātu informāciju par norīkotajiem juridiskajiem pārstāvjiem, kas reģistrēti saskaņā ar 1. punktu. Dalībvalstis nodrošina Komisijai saites uz attiecīgajām tīmekļa vietnēm.***
    - 2.b ***Komisija izveido portālu, kur ir dotas saites uz tīmekļa vietnēm, kuras dalībvalstis nodrošinājušas saskaņā ar 2.a punktu.***

## 15. pants

### Kompetentās iestādes un kontaktpunkti

1. Regulas (ES) 2016/679 51. pantā vai Regulas (ES) 2018/1725 52. pantā minētās uzraudzības iestādes ir kompetentas uzraudzīt šīs regulas 12. **un 12.a panta** piemērošanu savā attiecīgajā kompetences jomā. Regulas (ES) 2016/679 58. pantu un Regulas (ES) 2018/1725 58. pantu piemēro *mutatis mutandis*. Darbībām, uz kurām attiecas šīs regulas 12. **un 12.a** pants, piemēro Regulas (ES) 2016/679 VII nodaļu.
2. Dalībvalstis norīko kompetentās iestādes uzraudzīt, kā starpniecības pakalpojumu sniedzēji Regulas (ES) 2021/xxx [DPA] nozīmē ievēro šīs regulas 5.–11. un 14. pantā noteiktos pienākumus, ja tie piemērojami. Kompetentās iestādes, kas izraudzītas saskaņā ar Regulu (ES) 2021/xxx [Digitālo pakalpojumu aktu], var būt arī kompetentās iestādes, kas norīkotas uzraudzīt, kā tiešsaistes starpnieki ievēro šīs regulas 5.–11. un 14. pantā noteiktos pienākumus. Regulas (ES) 2021/xxx 38. pantā minētais digitālo pakalpojumu koordinators katrā dalībvalstī ir atbildīgs par koordinācijas nodrošināšanu valsts līmenī attiecībā uz Regulā (ES) 2021/xxx [Digitālo pakalpojumu aktā] definēto starpniecības pakalpojumu sniedzējiem. Jautājumos, kas saistīti ar šīs regulas piemērošanu attiecībā uz starpniecības pakalpojumu sniedzējiem, piemēro Regulas (ES) 2021/xxx [Digitālo pakalpojumu akta] 45. panta 1.–4. punktu un 46. panta 1. punktu.
3. Katra dalībvalsts norīko vienu vai vairākas kompetentās iestādes, kas atbild par 1. un 2. punktā neminēto šīs regulas aspektu piemērošanu un izpildi. **Šīs kompetentās iestādes var atšķirties no 1. un 2. punktā minētajām iestādēm.** Katra kompetentā iestāde, kas norīkota saskaņā ar šo punktu, ir strukturāli pilnīgi neatkarīga gan no nozares, gan no jebkādas ārējas intervences vai politiska spiediena. Tā pilnīgi neatkarīgi un efektīvi uzrauga un veic samērīgus nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu atbilstību šai regulai.

4. [...]
5. Šā panta 3. punktā minētās kompetentās iestādes, īstenojot savas **uzraudzības un** izpildes panākšanas **uzdevumus un** pilnvaras [...] saistībā ar šo regulu, ir pilnvarotas:
- aa) pieprasīt piekļuvi datiem, dokumentiem vai jebkādai nepieciešamai informācijai, jo īpaši no sponsora vai attiecīgajiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem;**
- a) izteikt brīdinājumus politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem par to, ka tie neievēro šajā regulā noteiktos pienākumus;
- aa) izdot rīkojumu izbeigt pārkāpumus un prasīt sponsoriem vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem veikt pasākumus, kas vajadzīgi, lai izpildītu šīs regulas prasības, vienlaikus ievērojot pamattiesības uz vārda un informācijas brīvību,**
- b) publiskot paziņojumu, kurā norāda fizisko un juridisko personu vai personas, kas atbild par šajā regulā noteikta pienākuma pārkāpumu, un attiecīgā pārkāpuma raksturu;
- c) piemērot [...] naudas sodus **vai** [...] finansiālas sankcijas **un attiecīgā gadījuma citus tiesiskās aizsardzības līdzekļus, lai efektīvi izbeigtu pārkāpumu, vai savā dalībvalstī lūgt tiesu iestādi to izdarīt;**
6. Dalībvalstis **valsts līmenī** nodrošina **efektīvu un strukturētu** sadarbību starp **visām attiecīgajām** kompetentajām iestādēm, **kas norīkotas saskaņā ar 1.–3. punktu** [...], lai veicinātu ātru un drošu informācijas apmaiņu par jautājumiem, kas saistīti ar to uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumu **un pilnvaru** pildīšanu saskaņā ar šo regulu, cita starpā [...] kopīgi apmainoties ar konstatējumiem un speciālajām zināšanām **nolūkā palīdzēt noteikt pārkāpumus** un sadarboties saistībā ar attiecīgo noteikumu piemērošanu un izpildi.



- 6.a *Dalībvalstu norīkotie eksperti periodiski tiekas Savienības līmenī, jo īpaši Eiropas vēlēšanu sadarbības tīklā, strādājot ciešā sadarbībā ar Eiropas Audiovizuālo mediju pakalpojumu regulatoru grupu, lai veicinātu ātru un drošu informācijas apmaiņu par jautājumiem, kas saistīti ar to uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumu veikšanu saskaņā ar šo regulu.*
7. Katra dalībvalsts norīko vienu kompetento iestādi kā kontaktpunktu Savienības līmenī šīs regulas vajadzībām.

### *15.a pants*

#### *Pārrobežu sadarbība*

1. *Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju atbilstība šai regulai ir tās dalībvalsts kompetencē, kurā pakalpojumu sniedzējs ir iedibināts. Ja pakalpojumu sniedzējs ir iedibināts vairāk nekā vienā dalībvalstī, uzskata, ka tas ir tās dalībvalsts jurisdikcijā, kurā atrodas tā galvenā iedibinājuma vieta.*
- 2[...]. *Neskarot 15.panta 1. un 2. punktu un šā panta 1. punktu [...], visu dalībvalstu [...]* kompetentā iestāde *vai iestādes [...]* pēc vajadzības sadarbojas un cita citai palīdz.
- [...]
- [...][...]
- 3.[...] Kompetentā iestāde, [...] saņēmusi pamatotu lūgumu no citas kompetentās iestādes, *bez liekas kavēšanās un ne vēlāk kā mēnesi pēc lūguma saņemšanas* sniedz otrai kompetentajai iestādei palīdzību tā, lai [...] *15. panta 5. punktā* minētos uzraudzības vai izpildes pasākumus varētu īstenot efektīvi, iedarbīgi un konsekventi. [...] Kompetentā iestāde, [...] *no citas dalībvalsts kompetentās iestādes saņēmusi pamatotu lūgumu sniegt informāciju*, ar *15. panta 7. punktā* minēto kontaktpunktu starpniecību *bez liekas kavēšanās un ne vēlāk ka 14 dienas pēc lūguma saņemšanas minētajai kompetentajai iestādei sniedz prasīto informāciju. Ja ir vajadzīga papildu izmeklēšana vai informācija no vairākām kompetentajām iestādēm, termiņu var pagarināt par mēnesi.*

4. *Ja dalībvalsts kompetentajai iestādei ir iemesls aizdomām, ka politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs, kura galvenā iedibinājuma vieta ir citā dalībvalstī, tās teritorijā ir pārkāpis šo regulu, tā ar 15. panta 7. punktā minētā kontaktpunkta starpniecību par to paziņo galvenās iedibinājuma vietas kompetentajai iestādei.*
5. *Šā panta 4. punktā minēto paziņojumu pienācīgi pamato un tajā norāda vismaz:*
  - a) *informāciju, kas dod iespēju identificēt politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju;*

- b) *attiecīgo faktu aprakstu, attiecīgos šīs regulas noteikumus un iemeslus, kāpēc kompetentajai iestādei, kas nosūtījusi paziņojumu, ir aizdomas, ka attiecīgais pakalpojumu sniedzējs ir pārkāpis šo regulu, tostarp attiecīgā gadījumā to faktu aprakstu, kas ļautu novērtēt 16. panta 3. punktā noteiktos kritērijus;*
  - c) *vietu, kur var iegūt attiecīgo politisko reklāmu vai tās kopiju;*
  - d) *jebkādu citu informāciju, kuru kompetentā iestāde, kas nosūtījusi paziņojumu, uzskata par būtisku, attiecīgā gadījumā arī informāciju, kas savākta pēc paša iniciatīvas.*
6. *Ja galvenās iedibinājuma vietas kompetentajai iestādei nav pietiekamas informācijas, lai reaģētu uz 4. punktā minēto paziņojumu, tā var prasīt papildu informāciju no kompetentās iestādes, kas nosūtījusi paziņojumu un kas bez liekas kavēšanās sniedz pieprasīto informāciju.*
7. *Galvenās iedibinājuma vietas kompetentā iestāde bez liekas kavēšanās un ne vēlāk kā mēnesi pēc 4. punktā minētā paziņojuma vai attiecīgā gadījumā 6. punktā minētās informācijas saņemšanas paziņo kompetentajai iestādei, kas nosūtījusi paziņojumu, savu novērtējumu par aizdomām, ka ir noticis pārkāpums, un papildu informāciju par izmeklēšanas vai izpildes pasākumiem, kuri veikti vai kurus paredzēts veikt, lai nodrošinātu atbilstību šai regulai.*
8. *Ja iespējamā pārkāpuma izmeklēšana attiecas uz politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu vienā vai vairākās dalībvalstīs, kurās pakalpojumu sniedzējam nav galvenā iedibinājuma, galvenās iedibinājuma vietas kompetentā iestāde var sākt un vadīt kopīgu izmeklēšanu, kurā piedalās attiecīgā kompetentā iestāde vai iestādes:*
- a) *pēc savas iniciatīvas un saņēmēmušas lūguma saņēmējas kompetentās iestādes vai iestāžu piekrišanu; vai*

b) *pēc kādas citas kompetentās iestādes vai iestāžu lūguma, kas iesniegts uz pamatotu aizdomu pamata par to, ka pakalpojumu sniedzējs, kas ir iedibināts galvenās iedibinājuma vietas dalībvalstī un sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, ir pārkāpis šo regulu vai būtiski ietekmējis personas tās kompetentās iestādes vai iestāžu teritorijā, kuras ir iesniegušas lūgumu.*

9. *Panta 8. punktu nolūkā kompetentā iestāde, kas lūdz sākt kopīgu izmeklēšanu, otrajai kompetentajai iestādei vai iestādēm sniedz 5. punktā minēto informāciju. Ja kompetentā iestāde nolemj nepiedalīties kopīgā izmeklēšanā, tā šim nolūkam otrajai kompetentajai iestādei vai iestādēm dod attiecīgu pamatotu paskaidrojumu. [...]*

10. *Veicot kopīgu izmeklēšanu, kompetentās iestādes godprātīgi sadarbojas un īsteno savas izmeklēšanas pilnvaras, kas vajadzīgas iespējamā pārkāpuma izmeklēšanai. Kompetentās iestādes kopīgā izmeklēšanā informē citu citu par jebkādam attiecīgajām izpildes darbībām, ko tās sāk vai plāno sākt.*

#### *16. pants*

#### **Sankcijas**

1. [...] Dalībvalstis paredz noteikumus par sankcijām, tostarp [...] naudas sodiem *vai* [...] finansiālām sankcijām *un attiecīgā gadījuma citiem tiesībsardzības līdzekļiem*, kas piemērojami politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem [...] *par 5.–11., 13. un 14. panta pārkāpumiem un sponsoriem – par 5. un 6.a punkta pārkāpumiem.* [...] *Sankcijas* [...] katrā atsevišķā gadījumā ir efektīvas, samērīgas un atturošas. *Nosakot piemērojamās sankcijas, ņem vērā noteikumus, kas reglamentē preses brīvību un vārda brīvību citos medijos, un noteikumus vai kodeksus, kas reglamentē žurnālista profesiju.*

- 1.a** *Maksimāli piemērojamo finansiālās sankcijas summu nosaka, pamatojoties uz tās vienības saimnieciskajām spējām, uz kuru attiecas sankcijas, un tās ir:*
- a) 4 % no sponsora vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja gada ienākumiem vai budžeta atkarībā no tā, kurš rādītājs ir lielāks, vai*
  - b) 4 % no sponsora vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja gada apgrozījuma, kāds tam iepriekšējā finanšu gadā ir bijis pasaules mērogā.*
2. Dalībvalstis divpadsmit mēnešu laikā no šīs regulas spēkā stāšanās dienas informē Komisiju par šādiem noteikumiem un nekavējoties paziņo tai par jebkādiem turpmākiem grozījumiem, kas tos skar.
3. Lemjot par sankcijas veidu un apmēru, katrā atsevišķā gadījumā pienācīgi ņem vērā cita starpā šādus aspektus:
- a) pārkāpuma raksturu, smagumu un ilgumu;
  - b) to, vai pārkāpums izdarīts tīši vai neuzmanības dēļ;
  - c) visas darbības, kas veiktas, lai mazinātu jebkādu kaitējumu;
  - d) jebkādas attiecīgus iepriekšējus pārkāpumus un citus atbildību pastiprinošus vai mīkstinošus apstākļus, kas piemērojami attiecīgā gadījuma apstākļiem; un
  - e) sadarbības līmeni ar kompetento iestādi.
- ea) attiecīgā gadījumā tās vienības lielumu un saimnieciskās spējas, uz kuru attiecas sankcijas.*

4. Šīs regulas 7., **9. un 10.** panta pārkāpumus uzskata par īpaši nopietniem, ja tie attiecas uz politisko reklāmu, kas publicēta vai izplatīta ***pēdējā mēnesī pirms vēlēšanām vai referendumā*** [...] un ir adresēta iedzīvotājiem dalībvalstī, kurā tiek rīkotas attiecīgās vēlēšanas ***vai attiecīgais referendums***.
5. [...]
6. Par 12. **un 12.a** pantā noteikto pienākumu pārkāpumiem Regulas (ES) 2016/679 51. pantā minētās uzraudzības iestādes savas kompetences ietvaros var uzlikt [...] naudas sodus saskaņā ar Regulas (ES) 2016/679 83. pantu, nepārsniedzot minētās regulas 83. panta 5. punktā minēto summu.
7. Par 12. **un 12.a** pantā noteikto pienākumu pārkāpumiem Regulas (ES) 2018/1725 52. pantā minētā uzraudzības iestāde savas kompetences ietvaros var uzlikt [...] naudas sodus saskaņā ar Regulas (ES) 2018/1725 66. pantu, nepārsniedzot minētās regulas 66. panta 3. punktā minēto summu.

### ***16.a pants***

#### ***Paziņojumi kompetentajai iestādei***

***Neskarot nevienu citu administratīvo procedūru vai tiesiskās aizsardzības līdzekli, kompetentās iestādes pienācīgi izskata katru saņemto paziņojumu par iespējamu šīs regulas pārkāpumu un vismaz pēc pieprasījuma informē personu, kas paziņojumu sniegusi, par turpmākajiem ar to saistītajiem pasākumiem. Pēdējā mēnesī pirms vēlēšanām vai referendumā visus saņemtos paziņojumus saistībā ar šīm vēlēšanām vai šo referendumu izskata bez liekas kavēšanās.***

**Vēlēšanu un referendumu datumu publicēšana [...]**

1. Dalībvalstis vietā, kurai var viegli piekļūt, publicē savu [...] *vēlēšanu un referendumu* [...] datumus **un** attiecīgi norāda uz šo regulu.
2. ***Komisija nodrošina portālu, kurā dalībvalstis tūlīt pēc paziņošanas informē par savu vēlēšanu vai referendumu datumiem. Portāls ir publiski pieejams.***

## V NODAĻA. NOBEIGUMA NOTEIKUMI

### 18. pants

#### Izvērtēšana un pārskatīšana

1. Divu gadu laikā pēc katrām Eiropas Parlamenta vēlēšanām un pirmo reizi ne vēlāk kā līdz 2026. gada 31. decembrim Komisija iesniedz ziņojumu par šīs regulas izvērtēšanu un pārskatīšanu. Šajā ziņojumā novērtē nepieciešamību grozīt šo regulu, *jo īpaši attiecībā uz:*
  - a) *šīs regulas efektivitāti attiecībā uz konkrētiem politiskās reklāmas līdzekļiem;*
  - b) *iespēju vēl vairāk ierobežot persondatu apstrādi saskaņā ar šo regulu reglamentēto mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu vajadzībām;*
  - c) *šīs regulas ietekmi uz maziem un vidējiem mediju aktoriem;*
  - d) *dalībvalstu piemēroto sankciju veidu un apmēru;*
  - e) *iespēju izveidot publiskus repozitorijus visai tiešsaistes politiskajai reklāmai.*
2. Ziņojumu publisko.

### 19. pants

#### Deleģēšanas īstenošana

1. Pilnvaras pieņemt deleģētos aktus Komisijai piešķir, ievērojot šajā pantā izklāstītos nosacījumus.
2. Pilnvaras pieņemt 7. panta 8. punktā un **12.a panta 5. punktā** [...] deleģētos aktus Komisijai piešķir uz *trim gadiem no ... [diena, kad stājas spēkā pamata tiesību akts, vai jebkura cita diena, ko noteikušas likumdevējstādes]. Pilnvaru deleģēšana tiek automātiski pagarināta uz tāda paša ilguma laikposmiem, ja vien Eiropas Parlaments vai Padome neiebilst pret šādu pagarinājumu vēlākais trīs mēnešus pirms katra laikposma beigām. [...]*



3. Eiropas Parlaments vai Padome jebkurā laikā var atsaukt 7. panta 8. punktā un [...] **12.a panta 5. punktā** minēto pilnvaru deleģēšanu. Ar lēmumu par atsaukšanu izbeidz tajā norādīto pilnvaru deleģēšanu. Lēmums stājas spēkā nākamajā dienā pēc tā publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* vai vēlākā dienā, kas tajā norādīta. Tas neskar jau spēkā esošos deleģētos aktus.
- 3.a ***Pirms 7. panta 8. punktā un 12.a panta 5. punktā minētā deleģētā akta pieņemšanas Komisija apspriežas ar katras dalībvalsts ieceltiem ekspertiem saskaņā ar principiem, kas noteikti 2016. gada 13. aprīļa Iestāžu nolīgumā par labāku likumdošanas procesu.***
4. Tiklīdz Komisija pieņem deleģētu aktu, tā par šo aktu paziņo vienlaikus Eiropas Parlamentam un Padomei.
5. Saskaņā ar 7. panta 8. punktu vai **12.a panta 5. punktu** pieņemts deleģētais akts stājas spēkā tikai tad, ja divos mēnešos no dienas, kad minētais akts paziņots Eiropas Parlamentam un Padomei, ne Eiropas Parlaments, ne Padome nav izteikuši iebildumus vai ja pirms minētā laikposma beigām gan Eiropas Parlaments, gan Padome ir informējuši Komisiju par savu nodomu neizteikt iebildumus. Pēc Eiropas Parlamenta vai Padomes iniciatīvas šo laikposmu pagarina par diviem mēnešiem.

20. pants

**Stāšanās spēkā un piemērošana**

1. Šī regula stājas spēkā divdesmitajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.
2. To sāk piemērot, ***kad pēc tās publicēšanas Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī ir pagājuši 12 mēneši [...]***.
3. Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē,

*Eiropas Parlamenta vārdā –  
priekšsēdētāja*

*Padomes vārdā –  
priekšsēdētājs*

**Saskaņā ar 7. panta 2. punktu sniedzamā informācija**

- a) Ja paziņojums nav iekļauts pašā reklāmā – politiskās reklāmas piemērs/attēlojums vai saite uz to.
- b) Sponsora, kura vārdā reklāma tiek izplatīta, identitāte un iedibinājuma vieta, tostarp tā vārds vai nosaukums, adrese, tālruņa numurs un elektroniskā pasta adrese un norāde, vai tā ir fiziska vai juridiska persona.
- ba) *Šā pielikuma b) punktā prasītā informācija par fizisko vai juridisko personu, kas sniedz atlīdzību apmaiņā pret politisko reklāmu, ja šī persona nav sponsors.***
- c) Laikposms, kurā tiek izplatīta politiskā reklāma, un — attiecīgā gadījumā un ja zināms publicētājam — fakts, ka tā pati reklāma ir tikusi izplatīta pagātnē.
- d) Attiecīgā gadījumā – visas vēlēšanas, ar kurām reklāma ir saistīta.
- e) Provizoriska kopējā summa, kas iztērēta par konkrēto reklāmas kampaņu un attiecīgā gadījumā tādu citu labumu vērtība, kuri daļēji vai pilnībā saņemti apmaiņā pret konkrēto reklāmas kampaņu, tostarp politisko reklāmu sagatavošanu, izvietošānu, popularizēšanu, publicēšanu un izplatīšanu, kā arī kopējā faktiskā iztērētā summa un citu saņemto labumu vērtība, tiklīdz tie ir zināmi.
- f) ***Informācija par*** līdzekļu avotiem, ko izmanto konkrētajai reklāmas kampaņai, tostarp politisko reklāmu sagatavošanai, izvietošānu, popularizēšanai, publicēšanai un izplatīšanai.
- g) Jēgpilna informācija par metodiku, kas izmantota e) apakšpunktā minēto summu un vērtību aprēķināšanai.

- h) Ja publicētājs ir ļoti liela tiešsaistes platforma, – saite uz reklāmas atrašanās vietu publicētāja reklāmu repozitorijā.
- i) Ja reklāma ir saistīta ar konkrētām vēlēšanām vai referendumiem, – saites uz oficiālu informāciju par dalības kārtību attiecīgajās vēlēšanās vai referendumā.
- j) Informācija par mehānismu, kas izveidots saskaņā ar 9. pantu.

**Saskaņā ar 12.a panta 1.[...] punktu sniedzamā informācija**

- a) Konkrētās mērķgrupas, tostarp parametri, ko izmanto, lai noteiktu saņēmējus, kuriem reklāma tiek izplatīta, ar tādu pašu kā mērķorientēšanai izmantoto detalizācijas pakāpi, mērķorientēšanai un pastiprināšanai izmantoto persondatu kategorijas, mērķorientēšanas un pastiprināšanas paņēmieni izmantošanas mērķi, mehānismi un loģika, tostarp iekļaušanas un izslēgšanas parametri un šo parametru izvēles iemesli.
  - b) Izplatīšanas periods, to personu skaits, kurām reklāma tiek izplatīta, un norādes par mērķauditorijas lielumu attiecīgajā elektorātā.
  - c) Šā punkta a) apakšpunktā minēto persondatu avots, tostarp attiecīgā gadījumā informācija, ka persondati ir atvasināti, secināti vai iegūti no trešās personas, un tās identitāte, kā arī saite uz minētās trešās personas datu aizsardzības paziņojumu attiecīgajai apstrādei.
  - d) Saite uz iedarbīgiem līdzekļiem, ar ko atbalsta personu tiesību īstenošanu saskaņā ar attiecīgi Regulu (ES) 2016/679 vai Regulu (ES) 2018/1725 saistībā ar politiskās reklāmas mērķorientēšanu un pastiprināšanu, pamatojoties uz viņu persondatiem.
- da) *Saite uz 12.a panta 1. punkta a) apakšpunktā minēto politiku vai skaidra norāde, kur var viegli iegūt informāciju par to.***