

V Bruseli 13. decembra 2022
(OR. en)

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

16013/1/22
REV 1

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

VÝSLEDOK ROKOVANIA

Od: Generálny sekretariát Rady

Komu: Delegácie

Č. predch. dok.: 15669/22

Č. dok. Kom.: 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

Predmet: Návrh NARIADENIA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY
o transparentnosti a celení politickej reklamy
– všeobecné smerovanie

Delegáciám v prílohe k tejto poznámke zasielame znenie všeobecného smerovania,
na ktorom sa dohodla Rada (všeobecné záležitosti) na zasadnutí 13. decembra 2022.

Návrh

**NARIADENIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY
o transparentnosti a cilení politickej reklamy**

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

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

so zreteľom na návrh Európskej komisie,

po postúpení návrhu legislatívneho aktu národným parlamentom,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru¹,

so zreteľom na stanovisko Výboru regiónov²,

konajúc v súlade s riadnym legislatívnym postupom,

¹ Ú. v. EÚ C , , s. .

² Ú. v. EÚ C , , s. .

keďže:

- (1) Ponuka politickej reklamy a dopyt po nej rastú a v čoraz väčšej miere majú cezhraničný charakter. S touto činnosťou sa spája široké a stále sa rozširujúce spektrum rozličných služieb ponúkaných napríklad politickými konzultačnými spoločnosťami, reklamnými agentúrami, reklamnými technologickými platformami, firmami pôsobiacimi v oblasti vzťahov s verejnosťou, influencermi a rôznymi poskytovateľmi analýz údajov a sprostredkovateľských služieb. Politická reklama môže mať mnoho podôb, ako je napríklad platený obsah, sponzorované výsledky vyhľadávania, platené cieľené posolstvá, propagácia v rámci určovania poradia, propagácia niečoho alebo niekoho integrovaná do obsahu, napr. pri umiestňovaní produktov, pôsobenie influencerov a ďalšie spôsoby propagácie. Súvisiace činnosti môžu zahŕňať napríklad šírenie politickej reklamy na žiadosť zadávateľa alebo zverejnenie obsahu za odplatu.
- (2) Politická reklama sa môže šíriť alebo uverejňovať rôznymi prostriedkami a médiami aj cezhranične. Môže sa šíriť alebo uverejňovať prostredníctvom tradičných offline médií, ako sú noviny, televízia a rozhlas, a v čoraz väčšej miere aj prostredníctvom online platforiem, webových sídel, mobilných aplikácií, počítačových hier a iných digitálnych rozhraní. V prípade týchto digitálnych rozhraní je nielen obzvlášť jednoduché ponúkať dané služby cezhranične, ale vznikajú v tejto súvislosti aj nové a zložité výzvy v oblasti regulácie a presadzovania. Využívanie online politickej reklamy sa výrazne zintenzívňuje, pričom určité lineárne offline formy politickej reklamy, ako napríklad rozhlas a televízia, sa ponúkajú aj online ako služby na požiadanie. Politické reklamné kampane sa zvyčajne organizujú tak, aby sa využil celý rad médií a foriem.
- (3) Keďže reklama vrátane tej politickej sa zvyčajne poskytuje za odplatu, **čo môže zahŕňať vecnú odmenu**, predstavuje službu podľa článku 57 Zmluvy o fungovaní Európskej únie (ďalej len „ZFEÚ“). Vo vyhlásení č. 22 týkajúcom sa osôb so zdravotným postihnutím a pripojenom k Amsterdamskej zmluve sa konferencia zástupcov vlád členských štátov dohodla na tom, že inštitúcie Únie majú pri vypracovávaní opatrení podľa článku 114 ZFEÚ zohľadňovať potreby osôb so zdravotným postihnutím.

- (4) Potreba zabezpečiť transparentnosť je legitímnym verejným cieľom v súlade s hodnotami, ktoré zdieľa EÚ a jej členské podľa článku 2 Zmluvy o Európskej únii (ďalej len „ZEÚ“). Pre občanov nie je vždy jednoduché rozpoznať politické reklamné oznámenia a informovaným spôsobom uplatňovať svoje demokratické práva. **Pre Úniu a členské štáty predstavujú rastúca sofistikovanosť dezinformácií, diverzifikácia aktérov, rýchly vývoj nových technológií a intenzívnejšie šírenie manipulatívneho zasahovania náročné výzvy. Politická reklama môže byť nositeľom dezinformácií, najmä ak sa pri reklame neuvádza, že má politickú povahu a keď je cielená alebo jej vplyv zosilňovaný.** Vysoká úroveň transparentnosti je potrebná okrem iného na podporu otvorenej a spravodlivej politickej diskusie **pri zaistovaní demokratických politických kampaní** a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend, ako aj na boj proti dezinformáciám a nezákonnému zasahovaniu, a to aj zo zahraničia. [...]. Transparentnosť politickej reklamy prispieva k tomu, aby voliči v situácii, keď sa im predkladá politické reklamné oznámenie, mohli lepšie porozumieť tomu, v koho mene sa dané reklamné oznámenie realizuje a akým spôsobom ho poskytovateľ reklamných služieb na nich zaciľuje, aby tak voliči dokázali lepšie prijímať informované rozhodnutia.
- (4a) **Cieľom tohto nariadenia je zabezpečiť poskytovanie politickej reklamy pri plnom dodržiavaní základných práv, okrem iného aj práv na ochranu údajov.**

- (5) V kontexte politickej reklamy **sa často využívajú** techniky cielenia a zosilňovania vplyvu **založené na spracúvaní osobných údajov vrátane pozorovaných a odvodených osobných údajov, ako sú údaje odhaľujúce politické názory a ďalšie osobitné kategórie údajov [...]**. Techniky cielenia [...] by sa mali chápať ako techniky, ktoré sa používajú na to, aby sa [...] politickým reklamným oznámením oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb, **zvyčajne s prispôbeným[...] obsahom, na základe spracúvania osobných údajov, a to bez ohľadu na to, ako boli osobné údaje získané. Cieľom techník zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú širokú škálu techník optimalizácie a dodávania reklamy, je [...]** zvýšiť obeh, dosah či viditeľnosť politického reklamného oznámenia **na základe spracúvania osobných údajov, a to bez ohľadu na to, ako boli osobné údaje získané.** Vzhľadom na to, akým silným nástrojom je cielenie vrátane mikrocíelenia a iných pokročilých techník a aký v súvislosti s nimi existuje potenciál na zneužitie osobných údajov, môžu takéto techniky predstavovať mimoriadnu hrozbu pre legitímne verejné záujmy, ako je spravodlivosť, rovnaké príležitosti a transparentnosť vo volebnom procese a základné právo byť informovaný objektívnym, transparentným a pluralitným spôsobom.
- (6) V súčasnosti má regulácia politickej reklamy v členských štátoch rôznorodé podoby a v mnohých prípadoch sa zameriava skôr na tradičné formy médií. Existujú osobitné obmedzenia, ktoré sa týkajú aj cezhraničného poskytovania služieb politickej reklamy. V niektorých členských štátoch majú poskytovatelia služieb EÚ usadení v iných členských štátoch zákaz poskytovať počas období volieb služby politickej povahy alebo na politické účely. V niektorých členských štátoch zároveň pravdepodobne existujú medzery a nedostatky vo vnútroštátnych právnych predpisoch, v dôsledku čoho sa politická reklama niekedy šíri bez ohľadu na príslušné vnútroštátne pravidlá, a to ohrozuje cieľ regulovať transparentnosť politickej reklamy.
- (7) Niektoré členské štáty v záujme zaistenia väčšej transparentnosti politickej reklamy, ako aj so zámerom reagovať na obavy občanov už preskúmali alebo zvažujú dodatočné opatrenia na riešenie transparentnosti politickej reklamy a na podporu spravodlivej politickej diskusie a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend. O týchto vnútroštátnych opatreniach sa uvažuje najmä v súvislosti s reklamou uverejňovanou a šírenou online a môžu sa nimi zaviesť ďalšie zákazy. Ide o rôznorodé spektrum krokov od miernych až po záväzné opatrenia zahŕňajúce rôzne prvky transparentnosti.

- (8) Táto situácia vedie k roztrieštenosti vnútorného trhu, znižuje právnu istotu poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktorí pripravujú, umiestňujú, **propagujú**, uverejňujú alebo šíria politické reklamné oznámenia, vytvára prekážky voľnému pohybu súvisiacich služieb, narúša hospodársku súťaž na vnútornom trhu, a to aj medzi poskytovateľmi offline a online služieb, a príslušní poskytovatelia služieb musia v jej dôsledku vynakladať komplexné úsilie na dodržiavanie predpisov a znášať dodatočné náklady.
- (9) Je pravdepodobné, že tieto okolnosti odrádzajú poskytovateľov služieb politickej reklamy od poskytovania svojich služieb politickej reklamy v cezhraničnom meradle. Platí to najmä pre mikropodniky a MSP, ktoré často nemajú zdroje na absorbovanie alebo prenesenie vysokých nákladov na dodržiavanie predpisov spojených s prípravou, umiestňovaním, **propagovaním**, uverejňovaním alebo šírením politickej reklamy vo viac ako jednom členskom štáte. Obmedzuje to dostupnosť služieb a má to nepriaznivý vplyv na možnosť poskytovateľov služieb inovovať a ponúkať v rámci vnútorného trhu kampane pokrývajúce viacero druhov médií a viacero krajín.
- (10) Pri poskytovaní služieb politickej reklamy by sa preto mala zabezpečiť konzistentná a vysoká úroveň transparentnosti politickej reklamy v celej Únii, pričom by sa malo predchádzať vzniku rozdielov, ktoré bránia voľnému obehu súvisiacich služieb v rámci vnútorného trhu, stanovením jednotných povinností týkajúcich sa transparentnosti pre poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktoré zaručia jednotnú ochranu práv osôb a dohľad na celom vnútornom trhu na základe článku 114 ZFEÚ.
- (11) Členské štáty by vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch nemali ponechať v platnosti ani zaviesť ustanovenia o **transparentnosti politickej reklamy**, ktoré sa odchyľujú od ustanovení tohto nariadenia, najmä prísnejšie alebo menej prísne ustanovenia, ktoré zabezpečujú odlišnú úroveň transparentnosti v politickej reklame. Úplná harmonizácia požiadaviek na transparentnosť spojených s politickým reklamným oznámením zvyšuje právnu istotu a znižuje roztrieštenosť povinností, ktoré sa na poskytovateľov služieb kladú v súvislosti s politickou reklamou.

- (12) Úplnou harmonizáciou požiadaviek na transparentnosť by nemala byť dotknutá sloboda poskytovateľov služieb politickej reklamy uvádzať na dobrovoľnom základe ďalšie informácie o politickej reklame, ***napríklad mieru prekliku konkrétneho politického reklamného oznámenia online***, ako súčasť slobody prejavu a ***práva na informácie*** chránených podľa článku 11 Charty základných práv.
- (13) Toto nariadenie ***sa obmedzuje na harmonizáciu pravidiel transparentnosti a cielenia a zosilňovania vplyvu politickej reklamy***. Netýka sa [...] [...] obsahu politických ***reklamných oznámení*** [...], ani pravidiel ***Únie alebo členských štátov*** upravujúcich iné ***aspekty politickej reklamy ako tie, na ktoré sa vzťahuje toto nariadenie***. ***Týmto nariadením ako takým sa nemenia pravidlá upravujúce vedenie a financovanie politických kampaní vrátane všeobecných zákazov alebo obmedzení politickej reklamy počas určených období, volebných moratórií, darov od jednotlivých darcov kampane alebo zákazov týkajúcich sa používania komerčnej reklamy na účely volebnej kampane*** [...] [...].
- (13a) ***Pri uplatňovaní a presadzovaní tohto nariadenia by sa mali zohľadniť osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov v súlade so zásadou proporcionality. Pojmy mikropodniky, malé a stredné podniky by sa mali chápať v zmysle článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ.***

- (14) V nariadení by sa mala stanoviť harmonizovaná požiadavka na transparentnosť uplatniteľná na hospodárske subjekty poskytujúce politickú reklamu a súvisiace služby (t. j. činnosti, ktoré sa bežne poskytujú za odplatu, **čo môže zahŕňať vecnú odmenu**); tieto služby pozostávajú najmä z prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a zo šírenia politických **reklamných oznámení** [...]. Pravidlá stanovené v tomto nariadení, ktoré zabezpečujú vysokú úroveň transparentnosti služieb politickej reklamy, sú založené na článku 114 ZFEÚ. Toto nariadenie by sa malo zaoberať aj používaním techník cielenia a zosilňovania vplyvu v kontexte [...] politickej reklamy, ktoré **sú založené na** [...] spracúvaní osobných údajov, **bez ohľadu na to, či to zahŕňa službu**. Pravidlá obsiahnuté v tomto nariadení, ktorými sa rieši používanie cielenia a zosilňovania vplyvu, sú založené na článku 16 ZFEÚ. Koncept politickej reklamy určenej fyzickým osobám v niektorom členskom štáte by mal zahŕňať politickú reklamu, ktorá je v plnom rozsahu pripravovaná, umiestňovaná, **propagovaná** [...] uverejňovaná **alebo šírená** poskytovateľmi služieb usadenými mimo Únie, ale je šírená medzi fyzickými osobami v Únii. S cieľom určiť, či je politické reklamné oznámenie určené fyzickým osobám v niektorom členskom štáte, by sa mali zohľadniť faktory, ktoré ho s daným členským štátom spájajú, vrátane jazyka, kontextu, cieľa reklamného oznámenia a prostriedkov jeho šírenia.
- (14a) Pri uplatňovaní tohto nariadenia by sa v súlade s právom EÚ mali zohľadniť špecifiká média, prostredníctvom ktorého sa uverejňuje alebo šíri politické reklamné oznámenie, najmä s cieľom prispôsobiť podmienky televízii, rozhlasu a novinám.**
- (15) Na úrovni Únie neexistuje žiadne vymedzenie politickej reklamy alebo politického reklamného oznámenia. Na stanovenie rozsahu uplatňovania harmonizovaných povinností týkajúcich sa transparentnosti a pravidiel cielenia a zosilňovania vplyvu je potrebné spoločné vymedzenie týchto pojmov. Toto vymedzenie by sa malo vzťahovať na mnohoraké podoby, ktoré politická reklama môže mať, a na všetky prostriedky a spôsoby jej uverejňovania alebo šírenia v rámci Únie bez ohľadu na to, či sa zdroj nachádza v Únii alebo v tretej krajine.

- (16) Vymedzenie pojmu politická reklama by malo zahŕňať reklamu *prípravenú, umiestňovanú, propagovanú*, uverejňovanú alebo šírenú priamo alebo nepriamo politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v jeho mene. *Politická reklama je zvyčajne priamo alebo nepriamo pod kontrolou zadávateľa, ktorý by mohol byť politickým aktérom a ktorý by mohol najmä určiť politickú povahu, obsah alebo uverejňovanie politickej reklamy, ktorá sa pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje alebo šíri. Niekedy môže účinnú kontrolu nad príslušným rozhodovaním zadávateľa v konečnom dôsledku vykonávať iný subjekt poskytovaním financovania alebo inými formami kontroly vrátane podnikovej kontroly. Preto by sa malo zabezpečiť, aby sa na takéto situácie vzťahovali normy transparentnosti stanovené v tomto nariadení.* Keďže reklamné oznámenia politického aktéra, pre politického aktéra alebo v jeho mene nemožno oddeliť od činnosti danej osoby ako politického aktéra, možno predpokladať, že majú potenciál ovplyvniť politickú diskusiu, pokiaľ nejde o posolstvá čisto súkromnej alebo čisto obchodnej povahy. *S cieľom určiť, či má posolstvo čisto súkromný alebo čisto komerčný charakter, by sa mali zohľadniť všetky relevantné faktory, ako sú jeho obsah, jazyk použitý na odovzdanie posolstva, kontext, v ktorom sa posolstvo odovzdáva vrátane obdobia šírenia, cieľ posolstva a prostriedky, ktorými sa posolstvo propaguje, skutočnosť, že sa posolstvo uverejňuje alebo šíri, ako aj cieľové publikum. Posolstvá pre politického aktéra alebo v jeho mene, propagované, uverejnené alebo šírené potenciálne neobmedzenému počtu tretích strán by sa nemali považovať za čisto súkromné.*

- (17) **Propagácia**, uverejnenie alebo šírenie posolstva inými aktérmi, ktoré môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, **správania pri hlasovaní** či legislatívneho alebo regulačného procesu [...] [...] na **úrovni Únie, ústrednej, regionálnej či miestnej úrovni alebo na úrovni politickej strany**, a ktoré je na tento účel určené, by sa tiež malo považovať za politickú reklamu. **Medzi posolstvom a jeho potenciálom ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správania pri hlasovaní by mala existovať jednoznačná a podstatná súvislosť**. S cieľom určiť **existenciu takejto súvislosti**, [...] by sa mali zohľadniť všetky relevantné faktory, ako je **zadávateľ posolstva**, obsah posolstva, jazyk použitý na odovzdanie daného posolstva, kontext, v ktorom sa posolstvo odovzdáva, **vrátane obdobia šírenia, ako je volebné obdobie**, cieľ posolstva, [...] prostriedky, ktorými sa posolstvo **propaguje**, uverejňuje alebo šíri, a **cieľová skupina**. Posolstvá venované spoločenským alebo kontroverzným otázkam (**tzv. tematická reklama**) môžu ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správania pri hlasovaní a môžu **byť na tento účel určené**.
- (18) **V záujme účinnej komunikácie so širokou verejnosťou by verejná komunikácia zo strany akéhokoľvek orgánu verejnej moci členského štátu, pre tento orgán alebo v jeho mene vrátane členov takéhoto orgánu verejnej moci, napríklad tlačové správy alebo konferencie oznamujúce legislatívne alebo regulačné iniciatívy a vysvetľujúce politické rozhodnutie, o ktoré sa takéto iniciatívy opierajú, nemala predstavovať politickú reklamu za predpokladu, že nie je určená na ovplyvnenie výsledku volieb alebo referenda, správania pri hlasovaní alebo legislatívneho či regulačného procesu**. Podobne ani praktické informácie z oficiálnych zdrojov **členských štátov alebo Únie** týkajúce sa **výlučne** organizácie a modalít účasti na voľbách alebo referendách **vrátane kandidatúr alebo predmetu otázky položenej v referende** by **tiež** nemali predstavovať politickú reklamu.

- (18a) *Toto nariadenie by sa nemalo uplatňovať, ak je konkrétny verejný priestor na prezentáciu kandidátov výslovne stanovený zákonom a pridelený bezplatne, napríklad pridelením priestoru na takúto prezentáciu v obciach a iných verejných priestoroch alebo konkrétneho vysielacieho času v televízii, ak sa tak deje spravodlivým a nediskriminačným spôsobom na základe transparentných a objektívnych kritérií.*
- (19) Toto nariadenie by sa nemalo vzťahovať na politické **názory** [...] **vyjadrené v rámci redakčnej zodpovednosti v akomkoľvek médiu okrem iného vrátane** programov audiovizuálnych **mediálnych služieb v zmysle článku 1 ods. 1 písm. a) smernice 2010/13/EÚ, lineárneho a nelineárneho rozhlasového vysielania**, [...] uverejnené v tlačených **alebo online médiách, okrem prípadov, keď sa** [...] **poskytla konkrétna odplata za vyjadrenie daného politického názoru alebo v súvislosti s jeho vyjadrením.**
- (20) Na účely tohto nariadenia by sa voľby mali chápať ako voľby do Európskeho parlamentu, ako aj všetky voľby alebo referendá organizované na vnútroštátnej, regionálnej a miestnej úrovni v členských štátoch a voľby na vedúce pozície v rámci politických strán. Tento pojem by nemal zahŕňať iné formy volieb, ako sú **profesijné alebo** súkromne organizované hlasovania.
- (21) Je potrebné vymedziť pojem politické reklamné oznámenie ako prípad politickej reklamy. Súčasťou reklamy sú prostriedky, ktorými sa dané reklamné poslanstvo sprostredkúva, čo zahŕňa tlač, vysielacie médiá alebo služby online platforiem.
- (22) Politickí aktéri v zmysle tohto nariadenia by sa mali vymedzovať s odkazom na pojmy vymedzené v práve Únie, ako aj vo vnútroštátnych právnych predpisoch v súlade s medzinárodnými právnymi nástrojmi, ako sú nástroje Rady Európy. Pojem politickí **aktéri** [...] by mal zahŕňať [...] pridružené a dcérske subjekty **politической strany**, ktoré sú zriadené s právnou subjektivitou alebo bez nej s cieľom podporovať **ju** [...] alebo plniť **jej** [...] ciele, napríklad prostredníctvom činností zameraných na konkrétnu skupinu voličov alebo na konkrétny volebný účel.

- (23) Pojem politickí aktéri by mal zahŕňať aj **kandidátov na akúkoľvek volenú funkciu alebo osoby zastávajúce akúkoľvek volenú funkciu**, [...], [...] [...] členov orgánov verejnej moci **členských štátov na [...]** ústrednej, regionálnej alebo miestnej úrovni, **alebo členov inštitúcií Únie s výnimkou Súdneho dvora Európskej únie, Európskej centrálnej banky a Dvora audítorov**. [...].
- (24) Pojem politická reklamná kampaň by sa mal vzťahovať na prípravu, **umiestňovanie, propagáciu**, uverejňovanie a šírenie radu prepojených reklamných oznámení v zmysle zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva a financovania. [...].
- (25) Vymedzením pojmu politická reklama by nemali byť dotknuté vnútroštátne vymedzenia pojmov politická strana, politické ciele alebo kampane, **ani by sa nemali meniť pravidlá vedenia kampaní** [...] na vnútroštátnej úrovni **alebo do týchto pravidiel zasahovať**.
- (25a) **Vymedzenie pojmu politický aktér nezasahuje do vnútroštátnych pravidiel o tom, kto môže viesť politickú kampaň, a nemalo by zaväzovať členské štáty, aby takéto pravidlá vymedzili.**
- (26) S cieľom pokryť širokú škálu príslušných poskytovateľov služieb spojených so službami politickej reklamy by sa malo určiť, že poskytovateľmi služieb politickej reklamy sa myslia poskytovatelia zapojení do prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania [...] **alebo šírenia politického reklamného oznámenia**[...]. **Poskytovatelia, ktorí poskytujú výlučne vedľajšie služby k službám politickej reklamy, by sa nemali považovať za poskytovateľov služieb politickej reklamy v zmysle tohto nariadenia. Vedľajšie služby sú služby, ktoré zvyčajne závisia od služby politickej reklamy a dopĺňajú ju, ale nemajú žiadny priamy vplyv na obsah alebo prezentáciu politického reklamného oznámenia, ani priamu kontrolu nad jeho prípravou, umiestňovaním, propagáciou, uverejňovaním alebo šírením. Medzi takéto služby patria napríklad poštové služby, tlačiarenské služby, grafický, zvukový alebo fotografický dizajn, služby „obyčajného prenosu“, „kešingu“ a „cloud computingu“ v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/xxx [akt o digitálnych službách].**

- (26a) *Vydavatelia politickej reklamy by sa mali chápať ako poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sú zvyčajne na konci reťazca poskytovateľov služieb a ktorí uverejňujú a šíria politickú reklamu vysielaním, sprístupňovaním prostredníctvom rozhrania alebo ju inak prinášajú do verejnej sféry.*
- (26b) *Za zadávateľa by sa mala považovať osoba alebo subjekt, v ktorého mene sa politické reklamné oznámenie pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje alebo šíri, napríklad individuálny kandidát vo voľbách, registrovaná tretia strana alebo politická strana, a ktorý je zvyčajne osobou alebo subjektom poskytujúcim odplatu výmenou za služby politickej reklamy.*
- (27) Pojem služby politickej reklamy by nemal zahŕňať posolstvá, ktoré sprostredkujú fyzické osoby výlučne v rámci svojej osobnej spôsobilosti. Fyzické osoby by sa **však** nemali považovať za osoby konajúce v rámci svojej osobnej spôsobilosti, ak uverejňujú posolstvá, za ktorých šírenie alebo uverejňovanie platí *tretia strana*.
- (28) Keď *zadávateľ vyhlási, že reklama* [...] [...] je [...] politická [...], mali by o tom byť jednoznačne informovaní ostatní poskytovatelia služieb zapojení do príslušných služieb politickej reklamy. *Zadávateľ by mal urobiť toto vyhlásenie pravdivo.* Okrem toho, keď sa [...] *reklama* [...] identifikuje ako politická [...], jej ďalšie šírenie by malo naďalej spĺňať požiadavky na transparentnosť. Keď sa napríklad *politické reklamné oznámenie, ako je vymedzené v tomto nariadení*, [...] šíri organicky, daná reklama by sa mala naďalej označovať ako politická reklama. *V rámci zmluvy by nekonanie v dobrej viere malo viesť k zmluvnej zodpovednosti.*

- (28a) Vzhľadom na to, že je dôležité zaručiť najmä účinnosť požiadaviek na transparentnosť, by zadávatelia a poskytovatelia služieb politickej reklamy konajúci v mene zadávateľov, mali v dobrej viere bez zbytočného odkladu zasielať úplné a správne relevantné informácie, aby umožnili ďalším poskytovateľom služieb politickej reklamy v reťazci dodržať súlad s týmto nariadením. Ak je vydavateľ politickej reklamy jediným poskytovateľom služieb politickej reklamy, zadávateľ by mal oznámiť takéto informácie vydavateľovi politickej reklamy. Ak sú vyhlásenie alebo informácia zjavne chybné, poskytovatelia reklamných služieb by mali požiadať zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov, o opravu ich vyhlásenia.*
- (28b) Vyhlásenie alebo informácia by sa mali považovať za zjavne chybné, ak je to zrejmé z obsahu reklamného oznámenia, totožnosti zadávateľa alebo okolností, za akých sa daná služba poskytuje, a to bez ďalšieho overovania alebo zisťovania skutočností.*
- (29) Pravidlá transparentnosti stanovené v tomto nariadení by sa mali uplatňovať len na služby politickej reklamy, t. j. na politickú reklamu, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, čo môže zahŕňať vecnú odmenu. Požiadavky na transparentnosť by sa nemali vzťahovať na obsah, ktorý nahrá používateľ online sprostredkovateľskej služby, napríklad používateľ online platformy, a ktorý je šírený touto online sprostredkovateľskou službou, a to bez ohľadu na umiestnenie, uverejnenie alebo šírenie konkrétneho posolstva, pokiaľ používateľ nezískal za dané politické reklamné oznámenie odplatu od tretej strany.
- (30) Požiadavky na transparentnosť by sa nemali vzťahovať ani na výmenu informácií prostredníctvom elektronických komunikačných služieb, ako sú služby elektronických správ alebo telefonické hovory, pokiaľ sa na danej výmene informácií nepodieľajú žiadne služby politickej reklamy.

- (31) Sloboda prejavu a **právo na informácie**, ako sú chránené článkom 11 Charty základných práv, zahŕňa právo fyzickej osoby zastávať politické názory, prijímať a rozširovať politické informácie a šíriť politické myšlienky. Každé obmedzenie **tejto slobody alebo práva** [...] musí byť v súlade s článkom 52 Charty základných práv. **Táto** [...] [...] sloboda a právo môže podliehať úpravám a obmedzeniam, ak sú odôvodnené sledovaním legitímneho verejného záujmu a sú v súlade so všeobecnými zásadami práva EÚ, ako je zásada proporcionality a právnej istoty. To je okrem iného prípad, keď sa politické myšlienky komunikujú prostredníctvom poskytovateľov reklamných služieb.
- (31a) Na základe tohto nariadenia by sa od členských štátov nemalo vyžadovať, aby prijímali opatrenia v rozpore so základnými zásadami vzťahujúcimi sa na slobodu prejavu, najmä slobodu tlače a slobodu prejavu v iných médiách v podobe, v akej vyplývajú z ústavných tradícií, alebo v rozpore s pravidlami, ktorými sa spravujú práva a povinnosti tlače alebo iných médií a procesné záruky za ne, keď sa tieto pravidlá týkajú určenia alebo obmedzenia zodpovednosti.**
- (32) Pokiaľ ide o online sprostredkovateľov, nariadenie (EÚ) 2022[...]/XX [akt o digitálnych službách] sa vzťahuje na politické reklamné oznámenia zverejňované alebo šírené online sprostredkovateľmi prostredníctvom horizontálnych pravidiel platných pre všetky typy reklamy online vrátane komerčných a politických reklamných oznámení. Na základe vymedzenia pojmu politická reklama stanoveného v tomto nariadení je vhodné poskytnúť dodatočné podrobné informácie o požiadavkách na transparentnosť stanovených pre vydavateľov reklamy, ktorí patria do rozsahu pôsobnosti nariadenia (EÚ) 2022[...]/XX [akt o digitálnych službách], najmä pre veľmi veľké **online** platformy. Ide najmä o informácie súvisiace s financovaním politických reklamných oznámení. Požiadavkami tohto nariadenia nie sú dotknuté ustanovenia aktu o digitálnych službách, a to ani pokiaľ ide o povinnosti týkajúce sa posúdenia a zmiernenia rizika v prípade veľkých online platforiem v súvislosti s ich reklamnými systémami.

- (33) Príprava, umiestňovanie, propagácia, uverejňovanie a šírenie politických **reklamných oznámení**[...] môžu zahŕňať zložitý reťazec poskytovateľov služieb. Ide najmä o prípady, keď výber reklamného obsahu, výber kritérií cielenia a **zosilňovania vplyvu**, poskytovanie údajov použitých na cielenie a **zosilňovanie vplyvu** reklamného oznámenia, poskytovanie techník cielenia a **zosilňovania vplyvu**, dodávanie reklamného oznámenia a jeho šírenie môžu byť pod kontrolou rôznych poskytovateľov služieb. Automatizované služby môžu napríklad podporovať priradovanie profilu používateľa rozhrania k poskytovanému reklamnému obsahu pomocou osobných údajov zhromaždených priamo od používateľa služby a z online správania používateľov, ako aj z odvodených údajov.
- (34) Vzhľadom na to, že je dôležité zaručiť najmä účinnosť požiadaviek na transparentnosť vrátane uľahčenia dohľadu nad týmito požiadavkami by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali zabezpečiť, aby boli relevantné informácie, ktoré zbierajú pri poskytovaní svojich služieb, vrátane uvedenia informácie o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, **úplné a správne** a aby sa poskytovali vydavateľovi politickej reklamy, ktorý sprístupňuje politické reklamné oznámenie verejnosti. S cieľom podporiť účinnú implementáciu tejto požiadavky a včasné a správne poskytovanie týchto informácií by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali **zaslať tieto informácie súčasne s poskytnutím dotknutej služby a zväziť** a podporiť automatizáciu prenosu informácií medzi poskytovateľmi služieb politickej reklamy. **Ak poskytovateľ služieb politickej reklamy zistí, že informácie, ktoré zaslal, boli aktualizované, mal by zaistiť, aby sa tieto aktualizované informácie oznámili príslušnému vydavateľovi politickej reklamy.**
- (34a) **Poskytovatelia služieb politickej reklamy by sa mali považovať za poskytovateľov, ktorí vedia, že informácie by sa mali aktualizovať, keď zadávateľ alebo poskytovateľ služieb konajúci v jeho mene informuje poskytovateľa služieb politickej reklamy o príslušnej zmene. Vydavateľ politickej reklamy môže zistiť, že takáto aktualizácia je potrebná, aj prostredníctvom mechanizmu zasielania upozornení stanoveného v tomto nariadení.**

- (34b) Ak poskytovatelia služieb politickej reklamy[...] zistia zjavnú chybu, nepresnosť alebo neúplnosť v oznámených informáciách, mali by vynaložiť primerané úsilie, aby sa zaistilo, že takáto zjavná chyba, nepresnosť alebo neúplnosť sa opraví, najmä potvrdením informácie poskytovateľom služieb politickej reklamy alebo v relevantnom prípade samotným zadávateľom. To by nemalo predstavovať všeobecnú povinnosť poskytovateľa služieb politickej reklamy monitorovať pravdivosť vyhlásení o politickej povahe reklamných oznámení alebo uskutočňovať rozsiahle alebo nákladné zisťovania skutočností. Primerané úsilie sa môže zohľadniť aj v zmluvných dojednaniach medzi poskytovateľmi služieb politickej reklamy navzájom a v relevantných prípadoch so zadávateľom. Zmluvné dojednania medzi poskytovateľmi služieb a zadávateľmi by mali umožňovať prenos informácií medzi vydavateľom a zadávateľom, napríklad v prípade chýbajúcich informácií alebo ukončenia politickej reklamy.*
- (34c) Primerané úsilie by malo zahŕňať starostlivé a objektívne opatrenia, ako je kontaktovanie dotknutého zadávateľa alebo poskytovateľa služieb politickej reklamy s cieľom doplniť alebo opraviť informácie. Mala by sa zohľadniť povaha a význam chybných alebo chýbajúcich informácií v súvislosti s požiadavkami stanovenými v tomto nariadení.*
- (35) Ak v dôsledku umelej obchodnej alebo zmluvnej štruktúry vzniká riziko obchádzania účinného uplatňovania povinností týkajúcich sa transparentnosti stanovených v *tomto*[...]nariadení, tieto povinnosti by sa mali vzťahovať na subjekt alebo subjekty, ktoré v podstate poskytujú reklamnú službu.
- (36) [...]

- (37) Pokiaľ ide o stanovenie osobitných požiadaviek, žiadna z povinností stanovených v tomto nariadení by sa nemala chápať tak, že ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť monitorovania v súvislosti s politickým obsahom šíreným fyzickými alebo právnickými osobami, ani by sa nemala chápať tak, že ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť prijať proaktívne opatrenia v súvislosti s nezákonným obsahom alebo obsahom súvisiacim s nezákonnými činnosťami, ktoré títo poskytovatelia šíria alebo uchovávajú.
- (38) Transparentnosť politickej reklamy by mala umožniť občanom pochopiť, že sú vystavení politickému reklamnému oznámeniu. Vydavatelia politickej reklamy by mali **spolu s [...]** každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie jasného vyhlásenia o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, a o totožnosti jeho zadávateľa. V prípade potreby môže meno/názov zadávateľa obsahovať politické logo. **Spolu s každým politickým reklamným oznámením, ktoré bolo cielené alebo ktorého vplyv bol zosilňovaný, by sa malo sprístupniť vyhlásenie o tejto skutočnosti.** Vydavatelia politickej reklamy by mali využívať označovanie, ktoré je účinné, pri zohľadnení vývoja v príslušnom vedeckom výskume a najlepších postupov pri zabezpečovaní transparentnosti prostredníctvom označovania reklamy. **Prezentácia vyhlásenia a meno zadávateľa sa môžu líšiť v závislosti od použitých prostriedkov. Pokiaľ ide o služby rozhlasového vysielania, vyhlásenie by sa mohlo uviesť pred reklamou alebo po nej.** Vydavatelia politickej reklamy [...] by takisto mali **spolu s [...]** každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie informácií, ktoré umožňujú porozumieť širšiemu kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľom, ktoré môžu byť zahrnuté buď v samotnom reklamnom oznámení, alebo ich môže vydavateľ poskytnúť na svojom webovom sídle prostredníctvom odkazu, **kódu QR (Quick Response code)** alebo ekvivalentného jasného a používateľsky ústretového usmernenia uvedeného v reklamnom oznámení.

- (39) Tieto informácie by sa mali poskytnúť v oznámení o transparentnosti, ktoré by malo obsahovať aj totožnosť zadávateľa a v **relevantných prípadoch subjektu, ktorý zadávateľ a v konečnom dôsledku riadi**, s cieľom podporiť zodpovednosť v politickom procese. Malo by sa jasne uviesť miesto usadenia zadávateľa a informácia, či je zadávateľ fyzická alebo právnická osoba. V oznámení o transparentnosti by sa nemali uvádzať osobné údaje týkajúce sa fyzických osôb zapojených do politickej reklamy, ktoré nesúvisia so zadávateľom alebo iným zapojeným politickým aktérom. Oznámenie o transparentnosti by malo obsahovať aj informácie o období šírenia, akýchkoľvek súvisiacich voľbách, vynaloženej sume a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za konkrétne reklamné oznámenie, ako aj za celú reklamnú kampaň, informácie o zdroji použitých prostriedkov a ďalšie informácie na zabezpečenie spravodlivosti šírenia politického reklamného oznámenia. Informácie o zdroji použitých prostriedkov sa týkajú napríklad ich verejného alebo súkromného pôvodu a skutočnosti, že pochádzajú z Európskej únie alebo oblastí mimo nej. Informácie týkajúce sa súvisiacich volieb alebo referend by mali podľa možnosti zahŕňať odkaz na informácie z oficiálnych zdrojov týkajúce sa organizácie a modalít účasti alebo podpory účasti na týchto voľbách alebo referendách. **Oznámenie o transparentnosti by sa malo sprístupniť ihneď, ako sa reklama uverejní alebo rozšíri, a informácie, ktoré sa v ňom uvádzajú, by sa mali v relevantných prípadoch aktualizovať.** Oznámenie o transparentnosti by malo ďalej obsahovať informácie o tom, ako označiť politické reklamné oznámenia v súlade s postupom ustanoveným v tomto nariadení. Touto požiadavkou by nemali byť dotknuté ustanovenia o oznamovaní podľa článkov 14, 15 a 19 nariadenia (EÚ) 2022[...]^{XXX} [akt o digitálnych službách]. **Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali vynaložiť primerané úsilie, aby zaistili úplnosť a správnosť informácií.**

- (40) Informácie, ktoré sa majú zahrnúť do oznámenia o transparentnosti, by mali byť uvedené v samotnom reklamnom oznámení alebo by sa mali dať jednoducho získať na základe označenia uvedeného v reklamnom oznámení. **Prezentácia informácií sa môže líšiť v závislosti od použitých prostriedkov. S cieľom uľahčiť vyhľadanie informácií uvedených v oznámení o transparentnosti pri reklamnom oznámení offline by sa mohol použiť napríklad odkaz na webovú stránku, ktorá je na to určená, kód QR (Quick Response code) alebo rovnocenne používateľsky ústretové technické opatrenia.**

Požiadavka, aby boli informácie obsiahnuté v oznámení o transparentnosti okrem iného jasne viditeľné, by mala znamenať, že sa zreteľne uvádzajú v reklamnom oznámení alebo spolu s ním. Požiadavka, aby informácie uverejnené v oznámení o transparentnosti boli ľahko prístupné, strojovo čitateľné, ak je to technicky možné, a používateľsky ústretové, by mala znamenať, že vyhovujú potrebám osôb so zdravotným postihnutím. Príloha I k smernici 2019/882 (Európsky akt o prístupnosti) obsahuje požiadavky na prístupnosť informácií vrátane digitálnych informácií, ktoré by sa mali používať na sprístupnenie politických informácií osobám so zdravotným postihnutím.

- (41) Oznámenia o transparentnosti by mali byť vytvorené tak, aby zvyšovali informovanosť používateľov a pomohli jasne identifikovať politické reklamné oznámenie. Mali by byť navrhnuté tak, aby zostali na mieste, **ak je to technicky možné**, alebo zostali prístupné v prípade, že sa politické reklamné oznámenie ďalej šíri, napríklad sa uverejní na inej platforme alebo sa postúpi medzi fyzickými osobami. Informácie uvedené v oznámení o transparentnosti by sa mali uverejňovať od začiatku uverejňovania politických reklamných oznámení a **až do konca ich uverejňovania**[...]. **Vydavatelia politickej reklamy by mali svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými úpravami uchovávať počas obdobia piatich rokov od posledného uverejnenia a na požiadanie ich sprístupniť.** Uchovávané informácie by mali zahŕňať aj informácie o politickej reklame, ktorá bola ukončená alebo ktorú vydavateľ stiahol. **Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí nie sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/XXX [akt o digitálnych službách], by mali mať možnosť rozhodnúť o formáte na uchovávanie týchto informácií.**

- (42) Keďže vydavatelia politickej reklamy sprístupňujú politické reklamné oznámenia verejnosti, mali by tieto informácie uverejňovať alebo šíriť na verejnosti spolu s uverejnením alebo šírením politického reklamného oznámenia. *Ak vydavateľ politickej reklamy akýmkoľvek spôsobom zistí, že politické reklamné oznámenie nespĺňa požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia, napríklad na základe individuálneho upozornenia, mal by vynaložiť primerané úsilie na splnenie požiadaviek podľa tohto nariadenia. Keď sa informácie nedajú doplniť ani opraviť bez zbytočného odkladu*, vydavatelia politickej reklamy by nemali sprístupňovať verejnosti politické reklamné oznámenia, ktoré nespĺňajú požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia *alebo by mali ukončiť ich uverejňovanie alebo šírenie na verejnosti. V takom prípade by vydavatelia politickej reklamy mali dotknutých poskytovateľov služieb politickej reklamy a v relevantných prípadoch aj zadávateľ a informovať o primeraných krokoch prijatých na splnenie požiadaviek podľa tohto nariadenia. Vydavateľ by mal informovať zadávateľ a alebo poskytovateľ a služieb konajúceho v mene zadávateľ a, ak politické reklamné oznámenie, ktoré zadal, nie je sprístupnené alebo je ukončené.*
- (42a) *Keď zadávateľ alebo poskytovateľ služieb politickej reklamy zistí, že informácie prenášané alebo zverejnené vydavateľom politickej reklamy sú neúplné alebo nesprávne, mal by bez zbytočného odkladu kontaktovať dotknutého vydavateľ a politickej reklamy a podľa potreby by mu mal zaslať úplné alebo opravené informácie.*
- (42b) *Zmluvné dojednania môžu obsahovať doložku umožňujúcu účtovať primeraný poplatok za opatrenia prijaté na opravu alebo doplnenie informácií.*
- (42c) *Poskytovatelia služieb politickej reklamy by pri plnení svojich povinností podľa tohto nariadenia mali konať nestranne a s náležitým ohľadom na základné práva a iné práva a oprávnené záujmy. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by napríklad mali predovšetkým venovať náležitú pozornosť slobode prejavu a právu na informácie vrátane slobody a plurality médií.*

- (42d) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2022[...]/XXX [akt o digitálnych službách], by okrem toho mali **pri každom politickom reklamnom oznámení zabezpečiť**, [...] aby sa informácie uvedené v oznámení o transparentnosti **bezodkladne** sprístupnili v [...] archívoch reklamy uverejnených v súlade s článkom 39 [...] nariadenia [akt o digitálnych službách]. **Takéto informácie by sa mali aktualizovať a poskytovať podľa dohodnutej odvetvovej normy pre prístupnosť, štruktúru údajov a prístup prostredníctvom spoločného verejne dostupného aplikačného programovacieho rozhrania. Pre archívy uvedené v článku 39 nariadenia (EÚ) 2021/XX [akt o digitálnych službách] je potrebné stanoviť podrobnejšie požiadavky na transparentnosť. Týka sa to najmä informácií o odstránenom politickom reklamnom oznámení a dôvodoch jeho odstránenia, predovšetkým informácií o prípadoch, v ktorých boli politické reklamné oznámenia nesprávne označené alebo boli nezákonne zacielené. Okrem toho môžu veľmi veľké online platformy uverejniť iné informácie týkajúce sa vplyvu na reklamné oznámenie vrátane informácií o miere prekliku. Iný poskytovateľ služby politickej reklamy by sa mal nabádať k tomu, aby zriadil podobné archívy politických reklamných oznámení.** Tým sa uľahčí práca zainteresovaných aktérov vrátane výskumných pracovníkov v ich konkrétnej úlohe podporovať slobodné a spravodlivé voľby alebo referendá a spravodlivé volebné kampane, a to aj kontrolou zadávateľov politických reklamných oznámení a analýzou prostredia daného politického reklamného oznámenia.
- (43) Ak je poskytovateľ služby politickej reklamy, ktorý hosťuje alebo inak uchováva a poskytuje obsah politického reklamného oznámenia, oddelený od poskytovateľa služby politickej reklamy, ktorý riadi webové sídlo alebo iné rozhranie, na ktorom sa politické reklamné oznámenie v konečnom dôsledku **prezentuje** [...], mali by sa posudzovať spoločne ako vydavatelia reklamy s príslušnou zodpovednosťou v súvislosti s konkrétnou službou, ktorú poskytujú, aby sa zabezpečilo označovanie a aby bolo k dispozícii oznámenie o transparentnosti a príslušné informácie. Ich zmluvné dojednania by mali **umožniť** [...] súlad s týmto nariadením.

- (44) Informácie o vynaložených sumách a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za služby politickej reklamy môžu užitočne prispieť k politickej diskusii. Je potrebné zabezpečiť, aby z výročných správ vypracovaných príslušnými **poskytovateľmi služieb** politickej reklamy bolo možné získať primeraný prehľad o činnosti politickej reklamy. Na podporu dohľadu a zodpovednosti by takéto podávanie správ malo obsahovať informácie o výdavkoch na cielenie **alebo o zosilňovaní** vplyvu politickej reklamy v príslušnom období agregovaných podľa kampane alebo kandidáta. Aby sa predišlo neúmernej záťaži, tieto povinnosti týkajúce sa podávania správ o transparentnosti by sa nemali vzťahovať na podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 **ods. 1 až [...]**3[...] smernice 2013/34/EÚ.
- (45) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí poskytujú služby politickej reklamy, by mali zaviesť mechanizmy, ktoré umožnia **fyzickým alebo právnickým osobám** [...] nahlásiť, že konkrétne politické reklamné oznámenie, ktoré uverejnili, nie je v súlade s týmto nariadením. Mechanizmy na nahlásenie takéhoto reklamného oznámenia by mali byť ľahko prístupné a použiteľné a mali by byť prispôsobené forme reklamy distribuovanej vydavateľom reklamy. Pokiaľ je to možné, tieto mechanizmy by mali byť dostupné zo samotného reklamného oznámenia, napríklad na webovom sídle vydavateľa reklamy. **V prípade potreby by vydavatelia politickej reklamy mali zaviesť technické opatrenia na zabezpečenie minimálnych bezpečnostných noriem informačných technológií vrátane opatrení na ochranu pred automatickým upozorňovaním.** Vydavatelia politickej reklamy by mali mať v prípade potreby možnosť využiť existujúce mechanizmy. **Napríklad,** keď [...] sú vydavatelia politickej reklamy poskytovateľmi online hostingových služieb v zmysle aktu o digitálnych službách, pokiaľ ide o politické reklamné oznámenia hosťované na žiadosť príjemcov ich služieb, **môžu vydavatelia politickej reklamy na oznámenia o nesúlade takýchto reklám s týmto nariadením využiť mechanizmus oznamovania, ktorý vypracovali podľa článku 14 aktu o digitálnych službách.** [...]

- (45a) *Vydavatelia politickej reklamy môžu stanoviť osobitné formuláre pre mechanizmy zasielania upozornení podľa tohto nariadenia, ktoré si vyžadujú vyplnenie dátových polí, ako sú informácie umožňujúce identifikáciu údajne nevyhovujúceho reklamného oznámenia, vysvetlenie dôvodov upozornenia, meno/názov a e-mailová adresa fyzickej alebo právnickej osoby, ktorá zaslala upozornenie, a vyhlásenie potvrdzujúce dobrú vieru, že informácie, ktoré sú uvedené vo formulári, sú správne.*
- (45b) *Vydavatelia politickej reklamy by mali vynaložiť primerané úsilie na starostlivé a objektívne vybavenie upozornení prijatých podľa tohto nariadenia bez zbytočného odkladu. Ak upozornenie obsahuje dostatočné informácie na to, aby obozretný vydavateľ politickej reklamy mohol bez podrobného preskúmania zistiť, či informácia chýba alebo je nesprávna, vydavateľ politickej reklamy by sa mal považovať za vydavateľa, ktorý vie o nepresnosti alebo neúplnosti, a mal by bez zbytočného odkladu kontaktovať príslušných poskytovateľov služieb a podľa potreby zadávateľa. Vydavateľ politickej reklamy by mal aspoň na požiadanie informovať osoby, ktoré zaslali upozornenie, o následne prijatých opatreniach.*
- (45c) *V záujme zaistenia účinnosti požiadaviek na transparentnosť počas volieb alebo referenda by vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/XXX [akt o digitálnych službách], mali počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendom vybaviť každé upozornenie na reklamné oznámenie súvisiace s týmito voľbami alebo referendom, ktoré sa im doručí, do 48 hodín, a to kontaktovaním dotknutých poskytovateľov služieb politickej reklamy a prípadne zadávateľa.*
- (45d) *Každé opatrenie, ktoré prijme vydavateľ politickej reklamy, by malo byť prísne cieleňé v tom zmysle, že by malo v prvom rade slúžiť na opravu a doplnenie požadovaných informácií a len v rámci poslednej možnosti na odstránenie konkrétnych prvkov informácií, ktoré nie sú v súlade s týmto nariadením, s náležitým ohľadom na slobodu prejavu a právo na informácie a ďalšie základné práva.*

- (46) S cieľom umožniť konkrétnym subjektom zohrávať svoju úlohu v demokraciách je vhodné stanoviť pravidlá prenosu informácií uverejnených s politickým reklamným oznámením alebo uvedených v oznámení o transparentnosti zainteresovaným aktérom, ako sú preverení výskumní pracovníci, novinári, organizácie občianskej spoločnosti a **uznaní** [...] pozorovatelia volieb, aby sa podporilo plnenie ich príslušných úloh v demokratickom procese. Od poskytovateľov služieb politickej reklamy by sa nemalo vyžadovať, aby odpovedali na žiadosti, ktoré sú zjavne neopodstatnené, **nejasné** alebo neprimerané. Okrem toho by príslušný poskytovateľ služieb mal mať možnosť účtovať si primeraný poplatok v prípade [...] nákladných žiadostí, a to pri zohľadnení administratívnych nákladov na poskytovanie informácií.

(47) Osobné údaje získané priamo od fyzických osôb alebo nepriamo, ako sú napríklad odvodené údaje, pri zoskupovaní fyzických osôb podľa ich predpokladaných záujmov alebo vyvodené na základe ich aktivity online, profilovania správania a iných analytických techník, sa čoraz častejšie používajú na cielenie politických posolstiev skupinám alebo individuálnym voličom či fyzickým osobám a na zosilnenie ich vplyvu. Na základe spracúvania osobných údajov, najmä **osobitných kategórií osobných** [...] údajov považovaných za citlivé podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679³ a nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725⁴, možno voličov alebo fyzické osoby rozdeliť do rôznych skupín a využiť ich vlastnosti alebo zraniteľné miesta, napríklad šírením reklamných oznámení v konkrétnych momentoch a na konkrétnych miestach tak, aby sa využili situácie, keď sú citliví na určitý druh informácií/posolstiev. To má konkrétne a nepriaznivé vplyvy na základné práva a slobody občanov, pokiaľ ide o spracúvanie ich osobných údajov a ich slobodu prijímať objektívne informácie, vytvárať si názor, prijímať politické rozhodnutia a uplatňovať svoje právo voliť. To nepriaznivo ovplyvňuje demokratický proces. Mali by sa stanoviť ďalšie obmedzenia a podmienky v porovnaní s nariadením (EÚ) 2016/679 a nariadením (EÚ) 2018/1725. Podmienky stanovené v tomto nariadení o používaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov v súvislosti s politickou reklamou, by mali vychádzať z článku 16 ZFEÚ.

³ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, s. 1).

⁴ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725 z 23. októbra 2018 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov inštitúciami, orgánmi, úradmi a agentúrami Únie a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 45/2001 a rozhodnutie č. 1247/2002/ES (Ú. v. EÚ L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (48) Techniky cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie **osobitných kategórií** údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725, by sa preto mali zakázať. Tieto techniky by mali byť povolené iba v prípade, ak ich používajú prevádzkovatelia alebo niekto konajúci v **ich** [...] mene na základe výslovného súhlasu dotknutej osoby, alebo ak ich v rámci svojej zákonnej činnosti s primeranými zárukami používa nadácia, združenie alebo akýkoľvek iný neziskový subjekt s politickým, filozofickým, náboženským alebo odborárskym zameraním a pod podmienkou, že spracúvanie sa týka výlučne členov alebo bývalých členov subjektu alebo osôb, ktoré s ním majú pravidelný kontakt v súvislosti s jeho cieľmi, a že bez súhlasu dotknutej osoby sa osobné údaje neposkytnú mimo tohto subjektu. Toto používanie by malo byť sprevádzané **dodatočnými** [...] zárukami. Súhlas je potrebné chápať ako súhlas v zmysle nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/1725. [...] Pri používaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu na uverejňovanie, propagáciu alebo šírenie politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725 by nemalo byť možné odvolávať sa na výnimky stanovené v článku 9 ods. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nariadenia (EÚ) 2018/1725. **Toto nariadenie nemá vplyv na uplatňovanie iných ustanovení nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 vrátane tých, ktoré sa týkajú vyjadrenia a odvolania súhlasu, automatizovaného individuálneho rozhodovania vrátane profilovania a práva namietat'. Na účely vykonávania požiadaviek tohto nariadenia by sa mal výslovný súhlas v zmysle nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 poskytovať samostatne a osobitne na účely politickej reklamy. V súlade s právom Únie by prevádzkovatelia mali zabezpečiť, aby individuálne rozhodovanie nebolo ovplyvnené temnými vzorcami, ktoré narúšajú alebo obmedzujú autonómne a informované rozhodovanie, vrátane vopred zaškrtnutých políčok a iných zaujatých a netransparentných techník, ktoré fyzické osoby vedú alebo nabádajú ku konkrétnym rozhodnutiam, ktoré by inak nemuseli prijať. Mechanizmus získavania rozhodnutí od fyzických osôb by mal byť jasný a ľahko použiteľný, pričom cieľom relatívneho zdôrazňovania alternatív by nemalo byť ovplyvňovanie rozhodnutia fyzickej osoby. Informácie poskytované fyzickým osobám v tejto súvislosti by mali byť stručné a vypracované v jasnom a zrozumiteľnom jazyku a mali by byť ľahko, zreteľne a priamo dostupné.**

- (48a) Interná komunikácia politickej strany s jej členmi by sa nemala považovať za používanie techník cielenia v súvislosti s politickou reklamou, pokiaľ je táto komunikácia obmedzená na jej členov a je založená na osobných údajoch, ktoré títo členovia poskytli výslovne na tento účel.*
- (48b) Obzvlášť zraniteľnou skupinou, ktorú možno zneužitím techník cielenia a zosilňovania vplyvu poškodiť, sú veľmi mladí ľudia. Hoci tieto fyzické osoby ešte nemajú právo voliť, môžu sa stať osobitným cieľom na účely manipulácie diskusie. Preto by sa v súvislosti s politickou reklamou mali zakázať techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov subjektu, o ktorom je s primeranou istotou známe, že jeho vek je aspoň jeden rok pod vekovou hranicou oprávňujúcou na účasť vo voľbách stanovenou vnútroštátnymi pravidlami.*

- (49) S cieľom zabezpečiť väčšiu transparentnosť a zodpovednosť *a bez ohľadu na to, či politická reklama zahŕňa službu alebo nie, by sa mali zaviesť dodatočné záruky* pri využívaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, *ktoré nariadenie nezakazuje. Takéto dodatočné požiadavky na transparentnosť a zodpovednosť by sa mali na jednej strane vzťahovať na spracúvanie zahŕňajúce osobitné kategórie údajov, keď dotknutá osoba vyjadrila výslovný súhlas, alebo keď sa spracúvanie vykonáva v rámci jej zákonnej činnosti, ako sa uvádza v článku 9 ods. 2 písm. a) a d) nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 2 písm. a) a d) nariadenia (EÚ) 2018/1725, a na druhej strane na spracúvanie osobných údajov v kontexte politickej reklamy, ktoré nezahŕňa osobitné kategórie údajov. Tieto dodatočné požiadavky by mali dopĺňať existujúce záruky vrátane záruk týkajúcich sa automatizovaného rozhodovania podľa článku 22 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 24 nariadenia (EÚ) 2018/1725. [...]Prevádzkovatelia [...] by mali prijať, [...] vykonávať a verejne sprístupniť politiku, v ktorej sa opisuje [...] spôsob používania* takýchto techník [...], a viesť záznamy o svojich príslušných činnostiach. Pri uverejňovaní, propagácii alebo šírení politického reklamného oznámenia s využitím techník cielenia a zosilňovania vplyvu by mali prevádzkovatelia poskytnúť spolu s politickým reklamným oznámením zmysluplné informácie, ktoré dotknutej fyzickej osobe umožnia pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitého cielenia, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších analytických techník vrátane toho, či bolo cielenie reklamného oznámenia počas zobrazovania ďalej optimalizované.
- (50) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí využívajú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, by mali do svojho oznámenia o transparentnosti zahrnúť informácie potrebné na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitej techniky, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších použitých analytických techník. [...]

- (50a) *Požiadavky na transparentnosť a zodpovednosť by sa mali vzťahovať na všetkých prevádzkovateľov bez ohľadu na to, či prevádzkovateľ koná samostatne, spoločne s poskytovateľom služieb politickej reklamy alebo je rovnakým subjektom ako vydavateľ politickej reklamy.* Ak prevádzkovateľ nie je vydavateľom reklamy, mal by vydavateľovi politickej reklamy zaslať vnútornú politiku [...] a *zabezpečiť, aby sa vydavateľovi politickej reklamy včas a správne oznámili ďalšie informácie potrebné na dosiahnutie súladu s týmto nariadením* [...].
- (50b) Poskytovatelia reklamných služieb by mali [...] zaslať vydavateľom politickej reklamy informácie potrebné na splnenie svojich povinností podľa tohto nariadenia. *Zasielanie* [...] takýchto informácií by sa mohol automatizovať a integrovať do bežných obchodných procesov na základe noriem.
- (51) V záujme ďalšieho posilnenia postavenia fyzických osôb pri výkone ich práv na ochranu údajov by vydavatelia politickej reklamy mali dotknutým osobám poskytnúť ďalšie informácie a účinné nástroje na podporu výkonu ich práv podľa právneho rámca EÚ na ochranu údajov vrátane práva namietať alebo odvolať svoj súhlas, ak sú cieľom politického reklamného oznámenia. Tieto informácie by mali byť aj ľahko prístupné priamo z oznámenia o transparentnosti. Nástroje, ktoré majú fyzické osoby k dispozícii na podporu uplatňovania svojich práv, by mali účinne zabrániť cieleniu politických reklamných oznámení na fyzickú osobu, ako aj zabrániť cieleniu na základe konkrétnych kritérií a zo strany jedného konkrétneho prevádzkovateľa alebo viacerých konkrétnych prevádzkovateľov.
- (52) Komisia by mala nabádať k vypracovaniu kódexov správania uvedených v článku 40 nariadenia (EÚ) 2016/679 s cieľom podporiť uplatňovanie práv dotknutých osôb v tejto súvislosti.
- (53) Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade so všetkými požiadavkami platnými pre používanie techník cielenia a zosilňovania vplyvu podľa tohto nariadenia, by sa mali predkladať vo formáte, ktorý je ľahko dostupný, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.

- (54) Je vhodné stanoviť pravidlá zasielania informácií o cieleň iným zainteresovaným subjektom. Uplatniteľný režim by mal byť v súlade s režimom zasielania informácií spojeným s požiadavkami na transparentnosť.
- (55) Poskytovatelia služieb politickej reklamy usadení v tretej krajine, ktorí ponúkajú služby v Únii, by mali určiť splnomocneného právneho zástupcu v Únii, aby sa umožnil účinný dohľad nad týmto nariadením vo vzťahu k týmto poskytovateľom. Právnym zástupcom by mohol byť zástupca určený na základe článku 27 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo zástupca určený na základe článku 11 nariadenia (EÚ) 2022[...]/xxx [akt o digitálnych službách].
- (55a) Určený právny zástupca by sa mal zaregistrovať na jednom príslušnom orgáne určenom na tieto účely. V záujme poskytovania ľahko vyhľadateľných informácií o určených právnych zástupcoch poskytovateľov služieb politickej reklamy usadených mimo územia Únie by mal dotknutý príslušný orgán uverejňovať online a pravidelne aktualizovať informácie o právnych zástupcoch na svojom území. Komisia by mala zriadiť portál, ktorý by bol prepojený s webovými sídlami poskytovanými členskými štátmi.***
- (56) V záujme účinného dohľadu nad týmto nariadením je potrebné zveriť orgánom dohľadu právomoc monitorovať príslušné pravidlá a presadzovať ich dodržiavanie. V závislosti od právneho systému každého členského štátu a v súlade s existujúcim právom Únie vrátane nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2022[...]/xxx [akt o digitálnych službách] môžu byť na tento účel určené rôzne vnútroštátne justičné alebo správne orgány.

- (57) Pokiaľ ide o dohľad nad online sprostredkovateľskými službami podľa tohto nariadenia, členské štáty by mali určiť príslušné orgány a zabezpečiť, aby bol takýto dohľad v súlade s dohľadom vykonávaným príslušnými orgánmi určenými podľa článku 38 nariadenia (EÚ) [akt o digitálnych službách]. Koordinátori digitálnych služieb by v súlade s nariadením (EÚ) [akt o digitálnych službách] mali byť v každom členskom štáte v každom prípade zodpovední za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni v súvislosti s týmito záležitosťami a v prípade potreby nadviazať cezhraničnú spoluprácu s inými koordinátormi digitálnych služieb v súlade s mechanizmami stanovenými v nariadení (EÚ) [akt o digitálnych službách]. V rámci uplatňovania tohto nariadenia by sa tento mechanizmus mal obmedziť na vnútroštátnu spoluprácu medzi koordinátormi digitálnych služieb a nemal by zahŕňať eskaláciu na úroveň Únie, ako sa stanovuje v nariadení (EÚ) [akt o digitálnych službách].
- (58) Na dohľad nad aspektmi tohto nariadenia, ktoré nepatria do pôsobnosti dozorných orgánov podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/1725, by mali členské štáty určiť **relevantné** príslušné orgány. Na podporu dodržiavania základných práv a slobôd, právneho štátu, demokratických zásad a dôvery verejnosti v dohľad nad politickou reklamou je potrebné, aby tieto orgány boli **neustranné**, štrukturálne nezávislé od vonkajších zásahov alebo politických tlakov a mali primerané právomoci účinne monitorovať a prijímať opatrenia potrebné na zabezpečenie dodržiavania tohto nariadenia, najmä povinností stanovených v článku 7. **Zatiaľ čo** členské štáty môžu určiť najmä vnútroštátne regulačné orgány alebo subjekty podľa článku 30 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ⁵, **mohli by určiť aj iné orgány, ako sú napríklad volebné alebo justičné orgány.**

⁵ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správny opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (Ú. v. EÚ L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (59) Ak už v rámci práva Únie existujú pravidlá týkajúce sa poskytovania informácií príslušným orgánom a spolupráce s týmito orgánmi a medzi nimi, ako je článok 9 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] alebo pravidlá uvedené v nariadení (EÚ) 2016/679, tieto pravidlá by sa mali primerane uplatňovať na príslušné ustanovenia tohto nariadenia.
- (59a) S cieľom podporiť účinné uplatňovanie ustanovení tohto nariadenia, dohľad nad nimi a ich presadzovanie a bez toho, aby bolo dotknuté nariadenie (EÚ) 2016/679, nariadenie (EÚ) 2018/1725 a akt o digitálnych službách, je potrebné stanoviť, ktorý príslušný orgán by mal byť zodpovedný v prípade, že sa služby poskytujú vo viac ako jednom členskom štáte alebo ak poskytovateľ služieb vykonáva svoje hlavné činnosti mimo členského štátu, v ktorom sa nachádza jeho hlavné miesto podnikateľskej činnosti alebo určený zástupca. Ak poskytovateľ služieb poskytuje služby politickej reklamy vo viac ako jednom členskom štáte, za účinné uplatňovanie ustanovení tohto nariadenia, dohľad nad nimi a ich presadzovanie by v zásade mal byť zodpovedný príslušný orgán alebo orgány členského štátu, v ktorom sa nachádza hlavné miesto podnikateľskej činnosti poskytovateľa a služieb politickej reklamy. Pri určovaní, kde má poskytovateľ služieb hlavné miesto podnikateľskej činnosti, by príslušné orgány mali zohľadniť, kde má poskytovateľ svoje ústredie alebo sídlo, v ktorom sa vykonávajú hlavné finančné operácie a prevádzková kontrola.*
- (59b) Pri vykonávaní svojich vyšetrovacích právomocí a právomocí v oblasti presadzovania by príslušné orgány všetkých členských štátov mali podľa potreby navzájom spolupracovať a vzájomne si pomáhať. Ak sa podozrenie z porušenia tohto nariadenia týka len príslušného orgánu alebo orgánov členských štátov, v ktorých poskytovateľ služieb politickej reklamy nemá hlavné miesto podnikateľskej činnosti, dotknutý príslušný orgán alebo orgány by mali informovať príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti, ktorý by mal vec náležite posúdiť a podľa potreby prijať potrebné opatrenia presadzovania.*
- (59c) S cieľom ešte viac uľahčiť účinné uplatňovanie a presadzovanie tohto nariadenia v prípade poskytovania cezhraničných služieb, ak sa vyšetrovanie údajného porušenia týka poskytovania služieb politickej reklamy v jednom alebo vo viacerých členských štátoch, v ktorých poskytovateľ nemá hlavné miesto podnikateľskej činnosti, príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti môže začať a viesť spoločné vyšetrovanie za účasti dotknutého príslušného orgánu alebo orgánov.*

- (60) Orgány zodpovedné za dohľad nad týmto nariadením by mali navzájom spolupracovať na vnútroštátnej úrovni aj na úrovni EÚ a čo najlepšie využívať existujúce štruktúry vrátane vnútroštátnych sietí spolupráce, Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, ako sa uvádza v odporúčaní C(2018) 5949 final, a Skupiny európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby zriadenej podľa smernice 2010/13/EÚ. Takáto spolupráca by mala uľahčiť rýchlu a zabezpečenú výmenu informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj prostredníctvom spoločného odhaľovania porušení, informovania o zisteniach, výmeny odborných znalostí a spolupráce pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.
- (60a) Na účely zabezpečenia účinnej a štruktúrovanej spolupráce medzi všetkými príslušnými orgánmi by sa experti určení členskými štátmi mali pravidelne stretávať na úrovni Únie, najmä v rámci Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb a v úzkej spolupráci so Skupinou európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby a inými relevantnými sieťami. S cieľom posilniť spoluprácu a výmenu informácií a postupov na úrovni Únie by Európska sieť pre spoluprácu v oblasti volieb mala úzko spolupracovať so Skupinou európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby, najmä pokiaľ ide o podávanie správ o uskutočnených diskusiách o tomto nariadení.***

- (61) S cieľom uľahčiť účinné uplatňovanie povinností stanovených v nariadení je potrebné splnomocniť vnútroštátne orgány, aby si od **poskytovateľov** služieb **politickkej reklamy** [...] mohli vyžiadať príslušné informácie o transparentnosti politického reklamného oznámenia. Informácie poskytované príslušným orgánom sa môžu týkať reklamnej kampane, môžu byť zoskupené podľa rokov alebo sa môžu týkať konkrétnych reklamných oznámení. Na zabezpečenie účinného a efektívneho vyhovenia žiadostiam o takéto informácie a zároveň aby poskytovatelia služieb politickej reklamy neboli neprimerane zaťažovaní, je potrebné stanoviť určité podmienky, ktoré by tieto žiadosti mali spĺňať. Najmä v záujme včasného dohľadu nad priebehom volieb by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali na žiadosti príslušných orgánov reagovať rýchlo, a to vždy do **desiatich** [...] pracovných dní od prijatia žiadosti. **Počas posledného mesiaca predvolebnej kampane by sa porušenie týchto povinností malo považovať za porušenie, ktoré negatívne a závažne zasahuje do práva občana, a preto by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali požadované informácie poskytnúť do 48 hodín. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ, by mali vynaložiť primerané úsilie na to, aby požadované informácie poskytli bez zbytočného odkladu a podľa možnosti pred dátumom volieb alebo referenda.** V záujme právnej istoty a v súlade s právom na obhajobu by žiadosti o poskytnutie informácií od príslušného orgánu mali obsahovať primerané odôvodnenie a informácie o dostupných opravných prostriedkoch. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali určiť kontaktné miesta na komunikáciu s príslušnými orgánmi. Takéto kontaktné miesta môžu byť elektronické.
- (62) Členské štáty by mali určiť kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia. Ak je to možné, kontaktné miesto by malo byť členom Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb. Kontaktné miesto by malo uľahčovať spoluprácu príslušných orgánov medzi členskými štátmi pri ich úlohách dohľadu a presadzovania, najmä sprostredkúvaním komunikácie s kontaktnými miestami v iných členských štátoch a s príslušnými orgánmi vo [...] vlastnom **členskom štáte**.

(63) Orgány členských štátov by mali zabezpečiť, aby porušenia povinností stanovených v tomto nariadení boli sankcionované [...] pokutami alebo finančnými sankciami **a v prípade potreby aj inými opravnými prostriedkami**. Pritom by mali brať do úvahy povahu, závažnosť, opakovanie a trvanie porušovania vzhľadom na dotknutý verejný záujem, rozsah a druh vykonávaných činností, **prípadne** aj ekonomické možnosti porušovateľa. V tejto súvislosti by sa mala vziať do úvahy kľúčová úloha, ktorú zohrávajú povinnosti stanovené v článkoch 5 a 7 pri účinnom dosahovaní cieľov tohto nariadenia. Okrem toho by mali brať do úvahy skutočnosť, či [...] dotknutý **poskytovateľ služieb politickej reklamy alebo zadávateľ** systematicky alebo opakovane neplní svoje povinnosti vyplývajúce z tohto nariadenia, a to aj tým, že odďaľuje poskytovanie informácií zainteresovaným subjektom, prípadne aj to, či poskytovateľ služieb politickej reklamy pôsobí vo viacerých členských štátoch. Finančné sankcie, [...] [...]pokuty a **iné opravné prostriedky by mali byť** [...] v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce s náležitým ohľadom na poskytnutie dostatočných a dostupných procesných záruk, a najmä na potrebu zabezpečiť, aby politická diskusia zostala otvorená a prístupná.

(63a) *V súlade so všeobecnými zásadami zodpovednosti nemožno poskytovateľa a služieb politickej reklamy postihovať, ak konal na základe nesprávnych alebo nepravdivých informácií, ktoré mu poskytol zadávateľ a ktoré neboli zjavne chybné, za predpokladu, že chybu nezistil neskôr.*

(63b) *S cieľom podporiť uplatňovanie a monitorovanie tohto nariadenia by mali príslušné orgány vybavovať upozornenia na možné porušenia tohto nariadenia, ktoré dostanú od akejkoľvek fyzickej alebo právnickej osoby, a aspoň na požiadanie informovať osobu, ktorá upozornenie zaslala, o následne prijatých opatreniach. Počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum by sa každé upozornenie prijaté v súvislosti s politickou reklamou súvisiacou s týmito voľbami alebo referendum malo vybaviť bez zbytočného odkladu.*

- (64) Výkon právomocí príslušných orgánov podľa tohto nariadenia by mal podliehať primeraným procesným zárukám v súlade s právom Únie a vnútroštátnym právom vrátane účinného súdneho prostriedku nápravy a riadneho procesu.
- (65) *Na podporu dodržiavania tohto nariadenia by sa poskytovateľom služieb a iným zainteresovaným subjektom mali poskytovať včasné a ľahko dostupné informácie o dátumoch vnútroštátnych volieb a referend. Členské štáty by preto mali uverejniť dátumy svojich volieb a referend. Tieto informácie by mali byť ľahko a včasne dostupné. Tieto informácie by mali verejnosti poskytovať aj prostredníctvom portálu, ktorý sprístupní Komisia, a to bezprostredne po ich oznámení[...].*
- (65a) *Na podporu účinného vykonávania tohto nariadenia sa Komisia vyzýva, aby podľa potreby vypracovala usmernenia týkajúce sa identifikácie politickej reklamy a uplatňovania sankcií.*
- (66) Na splnenie cieľov tohto nariadenia by sa na Komisiu mala v súlade s článkom 290 zmluvy delegovať právomoc prijímať akty v súvislosti s článkom 7 *ods. 8* [...] s cieľom bližšie stanoviť formu, v ktorej by sa mali stanoviť požiadavky na poskytovanie informácií v oznámeniach o transparentnosti podľa uvedeného článku; a v súvislosti s článkom 12a *ods. 6* [...] s cieľom bližšie stanoviť formu, v ktorej by sa mali stanoviť požiadavky na poskytovanie informácií o celení. Je osobitne dôležité, aby Komisia uskutočnila príslušné konzultácie s [...] expertmi určenými jednotlivými členskými štátmi a aby sa tieto konzultácie viedli v súlade so zásadami stanovenými v Medziinštitucionálnej dohode z 13. apríla 2016 o lepšej tvorbe práva. Predovšetkým, v záujme rovnakého zastúpenia pri príprave delegovaných aktov, sa všetky dokumenty doručujú Európskemu parlamentu a Rade v rovnakom čase ako expertom z členských štátov, a experti Európskeho parlamentu a Rady majú systematický prístup na zasadnutia skupín expertov Komisie, ktoré sa zaoberajú prípravou delegovaných aktov.

- (67) Do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu by Komisia mala predložiť verejnú správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. Pri príprave tejto správy by Komisia mala zohľadniť aj vykonávanie tohto nariadenia v kontexte iných volieb a referendum, ktoré sa konajú v Únii, a **vplyv tohto nariadenia na malých a stredne veľkých mediálnych aktérov. V správe by sa mala vyhodnotiť najmä účinnosť nariadenia, pokiaľ ide o konkrétne prostriedky politickej reklamy, ďalšie obmedzenie spracúvania osobných údajov na účely techník cielenia a zosilňovania vplyvu regulovaných podľa tohto nariadenia, druh a výšku sankcií uložených členskými štátmi a požiadavku zriadiť verejné archívy reklamy pre všetku online politickú reklamu.** V správe by sa okrem iného mala preskúmať vhodnosť ustanovení príloh k tomuto nariadeniu a zvážiť potreba ich revízie.
- (68) Doplnujúce povinnosti týkajúce sa používania politickej reklamy európskymi politickými stranami sú stanovené v nariadení (EÚ) 1141/2014 o štatúte a financovaní európskych politických strán a európskych politických nadácií.
- (69) Keďže ciele tohto nariadenia, a to prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami a stanoviť pravidlá používania cielenia v súvislosti s uverejňovaním a šírením politickej reklamy, nie je možné uspokojivo dosiahnuť na úrovni členských štátov, a teda ich možno lepšie dosiahnuť na úrovni Únie, môže Únia prijať toto nariadenie v súlade so zásadou subsidiarity podľa článku 5 ZEÚ. V súlade so zásadou proporcionality podľa uvedeného článku toto nariadenie neprekračuje rámec nevyhnutný na dosiahnutie týchto cieľov.
- (70) Týmto nariadením nie sú dotknuté pravidlá stanovené najmä smernicou 2000/31/ES vrátane pravidiel zodpovednosti pre poskytovateľov sprostredkovateľských služieb v článkoch 12 až 15 uvedenej smernice zmenenej nariadením (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách], nariadením (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych trhoch], smernicou 2002/58/ES a nariadením (EÚ) XXX [nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách], ako aj smernicami (EÚ) 2010/13, 2000/31/ES, 2002/58/ES, 2005/29/ES, 2011/83/EÚ, 2006/114/ES a 2006/123/ES a nariadením (EÚ) 2019/1150.

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

PRIJALI TOTO NARIADENIE:

KAPITOLA I – VŠEOBECNÉ USTANOVENIA

Článok 1

Predmet úpravy a ciele [...]

1. V tomto nariadení sa stanovujú:
 - a) harmonizované povinnosti týkajúce sa transparentnosti uložené poskytovateľom politickej reklamy a súvisiacich služieb spočívajúce v uchovávaní, oznamovaní a uverejňovaní informácií súvisiacich s poskytovaním takýchto služieb;
 - b) harmonizované pravidlá používania techník cielenia a zosilňovania vplyvu v kontexte [...] politickej reklamy, ktoré zahŕňajú **spracúvanie** [...] osobných údajov, **a to bez ohľadu na to, či politická reklama zahŕňa službu.**
2. [...]
3. Cieľom tohto nariadenia je:
 - a) prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami;
 - b) chrániť fyzické osoby v súvislosti so spracúvaním osobných údajov.

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

Článok 1a

Rozsah pôsobnosti

- 1. Toto nariadenie sa vzťahuje na politickú reklamu, keď sa politické reklamné oznámenie šíri v Únii, je zamerané na fyzické osoby alebo prinášané do verejnej sféry v jednom členskom štáte alebo vo viacerých členských štátoch, a to bez ohľadu na miesto usadenia poskytovateľa služieb politickej reklamy a bez ohľadu na použité prostriedky.***
- 2. Toto nariadenie nemá vplyv na obsah politických reklamných oznámení, ani na pravidlá Únie alebo členských štátov upravujúce iné aspekty ako tie, na ktoré sa vzťahuje toto nariadenie.***

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

- a) smernica 2000/31/ES;
- b) smernica 2002/58/ES a nariadenie (EÚ) XXX [nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách];
- c) smernica 2005/29/ES;
- d) smernica 2006/114/ES;
- e) smernica 2006/123/ES;
- f) smernica (EÚ) 2010/13;
- g) smernica 2011/83/EÚ;
- h) nariadenie (EÚ) 2019/1150;
- i) [nariadenie (EÚ) 2022/xxx [akt o digitálnych službách]].

Článok 2

Vymedzenie pojmov

Na účely tohto nariadenia [...]:

1. „služba“ je akákoľvek samostatne zárobková hospodárska činnosť, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, ako sa uvádza v článku 57 ZFEÚ;
2. „politická reklama“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejnenie alebo šírenie, a to akýmikoľvek prostriedkami, posolstva:
 - a) politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v jeho mene, pokiaľ nemá čisto súkromnú alebo čisto komerčnú povahu, alebo

- b) ktoré môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, *správania pri hlasovaní* či legislatívneho alebo regulačného procesu [...] [...] na *úrovni Únie, ústrednej, regionálnej alebo miestnej úrovni, a je na to určené;*

Nezahrňa:

- i) *politické názory vyjadrené v akomkoľvek médiu v rámci redakčnej zodpovednosti, okrem prípadov, keď sa za vyjadrenie politického názoru alebo v súvislosti s jeho vyjadrením poskytla konkrétna odplata;*

- ii) [...]posolstvá z oficiálnych zdrojov *členských štátov alebo Únie*, ktoré sa *týkajú výlučne* [...] organizácie a modalít účasti na voľbách alebo referendách *vrátane kandidatúr a otázok položených v referende alebo podpory účasti na voľbách alebo referendách* [...];

- iii) *verejnú komunikáciu zo strany akéhokoľvek orgánu verejnej moci členských štátov, pre tento orgán alebo v jeho mene vrátane členov orgánov verejnej moci za predpokladu, že nie je určená na ovplyvnenie výsledku volieb alebo referenda, správania pri hlasovaní alebo legislatívneho či regulačného procesu;*

- iv) *prezentáciu kandidátov v určených verejných priestoroch alebo v médiách na základe výslovného ustanovenia v zákone, pričom priestor sa prideluje bezplatne pri súčasnom zabezpečení rovnakého zaobchádzania;*

3. „politické reklamné oznámenie“ je prípad politickej reklamy *uverejnenej alebo širenej akýmkoľvek prostriedkami;*

4. „politický aktér“ je ktorýkoľvek z týchto subjektov:

- a) politická strana v zmysle článku 2 ods. 1 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014 alebo subjekt [...] spojený s [...] takouto politickou stranou;

- b) aliancia politických strán v zmysle článku 2 ods. 2 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;
- c) európska politická strana v zmysle článku 2 ods. 3 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;
- d) kandidát na akúkoľvek volenú funkciu na úrovni **Únie** [...], na ústrednej, regionálnej a miestnej úrovni alebo [...] na **akúkoľvek** vedúcu pozíciu [...] v [...] politickej strane, **alebo osoba zastávajúca akúkoľvek takúto funkciu**;

[...]

- f) [...] člen **inštitúcií Únie s výnimkou Súdneho dvora Európskej únie, Európskej centrálnej banky a Dvora audítorov alebo člen** orgánov verejnej moci **členských štátov** na ústrednej, regionálnej alebo miestnej úrovni;

[...]

- h) každá fyzická alebo právnická osoba, ktorá zastupuje ktorúkoľvek z osôb alebo organizácií uvedených v písmenách a) až g) a koná v ich mene, pričom podporuje ich politické ciele;

5. „služba politickej reklamy“ je služba pozostávajúca z politickej reklamy s výnimkou online sprostredkovateľskej služby v zmysle článku 2 písm. f) nariadenia (EÚ) 2022[...]/XXX [akt o digitálnych službách], ktorá sa poskytuje bez [...] **konkrétnej odplaty** za **prípravu**, umiestnenie, **propagáciu**, uverejnenie alebo šírenie **politického** [...] posolstva;

- 5a. **„poskytovateľ služieb politickej reklamy“ je fyzická alebo právnická osoba poskytujúca služby politickej reklamy s výnimkou výlučne vedľajších služieb;**
6. „politická reklamná kampaň“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejňovanie alebo šírenie série prepojených **politických** reklamných oznámení v rámci zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, zadania alebo financovania;
7. „zadávateľ“ je fyzická alebo právnická osoba, na **ktorej žiadosť alebo** v ktorej mene sa pripravuje, umiestňuje, **propaguje**, uverejňuje alebo šíri politické reklamné oznámenie;
8. „techniky cielenia [...]“ sú techniky, ktoré sa používajú [...] na to, aby sa [...] politickým reklamným oznámením, **zvyčajne s prispôbeným obsahom**, oslovila len konkrétna osoba alebo skupina osôb, **a to na základe spracúvania osobných údajov** [...];
- 8a. **„techniky zosilňovania vplyvu“ sú techniky optimalizácie vrátane techník dodávania reklamy, ktoré sa používajú na zvýšenie obehu, dosahu alebo viditeľnosti politického reklamného oznámenia na základe spracúvania osobných údajov a ktoré môžu slúžiť na dodanie politického reklamného oznámenia len konkrétnej osobe alebo skupine osôb;**
9. [...]
10. „príslušní voliči“ sú skupina fyzických osôb oprávnených hlasovať vo voľbách alebo referende, ktoré sa uskutočňujú v členskom štáte, v ktorom sa politické reklamné oznámenie **uverejňuje alebo šíri**[...], čo môžu byť aj všetci voliči v danom členskom štáte;

11. „vydavateľ politickej reklamy“ je *poskytovateľ služieb politickej reklamy* [...], ktorý *uverejňuje alebo šíri politickú reklamu* [...] prostredníctvom akéhokoľvek média;
12. „prevádzkovateľ“ je prevádzkovateľ podľa článku 4 ods. 7 [...] nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo prípadne podľa článku 3 [...] ods. 8 nariadenia (EÚ) 2018/1725.
- [...]

Článok 2a

Identifikácia politického reklamného oznámenia

1. ***Na účely určenia, či posolstvo predstavuje politickú reklamu v zmysle článku 2 bodu 2 písm. b), sa zohľadnia všetky jeho relevantné vlastnosti, ako sú:***
- a) obsah posolstva;***
 - b) zadávateľ posolstva;***
 - c) jazyk použitý na odovzdanie posolstva, prostriedky, ktorými sa správa propaguje, uverejňuje alebo šíri, a cieľové publikum;***
 - d) kontext, v ktorom sa posolstvo odovzdáva, vrátane obdobia šírenia, ako sú obdobie volieb alebo obdobia referenda a legislatívny alebo regulačný proces;***
 - e) cieľ posolstva.***

2. *Medzi posolstvom a jeho potenciálom ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, správania pri hlasovaní či legislatívneho alebo regulačného procesu by mala existovať jednoznačná a podstatná súvislosť.*

Článok 3

Zásada vnútorného trhu[...]

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

KAPITOLA II – POVINNOSTI TÝKAJÚCE SA TRANSPARENTNOSTI V PRÍPADE SLUŽIEB POLITICKEJ REKLAMY

Článok 4

Transparentnosť služieb politickej reklamy

1. Služby politickej reklamy sa poskytujú transparentným spôsobom v súlade s povinnosťami stanovenými v *kapitole II* [...] tohto nariadenia.
- 1a. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby zmluvné dojednania uzatvorených na poskytovanie služby politickej reklamy umožňovali dodržiavanie príslušných ustanovení tohto nariadenia.*

Článok 5

Identifikácia služieb politickej reklamy

1. Poskytovatelia reklamných služieb požiadajú zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb konajúcich v mene zadávateľov, aby vyhlásili, či reklamná služba, ktorej vykonanie od nich žiadajú, predstavuje službu politickej reklamy v zmysle článku 2 ods. 5. Takéto vyhlásenie zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb konajúcich v mene zadávateľov musí byť **pravdivé**.
2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa v zmluvných dojednaniach uzatvorených na poskytovanie služby politickej reklamy od **zadávateľ'a alebo poskytovateľ'ov reklamných služieb, ktorí konajú v [...] mene zadávateľ'ov, vyžadovalo poskytovanie relevantných informácií, ktoré sú potrebné na dodržiavanie súladu s článkom 6 ods. 1. Tieto informácie sa zasielajú bez zbytočného odkladu a musia byť úplne a správne [...]**.
- 2a. Ak poskytovateľ reklamných služieb zistí alebo skutočne vie o tom, že[...] vyhlásenie alebo informácie sú zjavne chybné, požiadava zadávateľ'a [...] alebo poskytovateľ'a [...] reklamných služieb konajúceho v mene zadávateľ'a [...], aby svoje vyhlásenie alebo*

poskytnuté informácie opravil. Zadávateľa alebo poskytovateľa reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov vykonávajú takéto opravy úplne, správne a bez zbytočného odkladu.

Článok 6

Vedenie záznamov [...]

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy uchovávajú informácie, ktoré získajú pri poskytovaní svojich služieb, o:
 - a) politickom reklamnom oznámení alebo politickej reklamnej kampani, s ktorou je služba spojená alebo s ktorou sú služby spojené;
 - b) konkrétnej službe alebo konkrétnych službách, **ktoré poskytli** v súvislosti s politickou reklamou;
 - c) sumách vyfakturovaných za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby a **ich zdroje**; [...]
 - d) [...] totožnosti zadávateľa **politického reklamného oznámenia a prípadne subjektu, ktorý zadávateľ a v konečnom dôsledku riadi**, [...]ich kontaktných údajoch **a v prípade právnických osôb o ich mieste usadenia; a**
da) prípadne o relevantných voľbách alebo referendách, s ktorými je politické reklamné oznámenie spojené.
2. Informácie uvedené v odseku 1 majú **písomnú alebo** [...] [...] elektronickú formu. Tieto informácie sa uchovávajú päť rokov od dátumu poslednej prípravy, umiestnenia, **propagácie**, uverejnenia, prípadne šírenia.
 - 2a. **Tento článok sa nevzťahuje na podniky, ktoré splňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 smernice 2013/34/EÚ, ak je poskytovanie reklamných služieb čisto okrajové a vedľajšie vo vzťahu k ich hlavným činnostiam.**
3. [...]

Článok 6a

Zasielanie informácií vydavateľovi politickej reklamy

- 1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa informácie uvedené v článku 6 ods. 1 poskytli vydavateľom politickej reklamy, ktorí budú uverejňovať alebo šíriť politické reklamné oznámenie, včas a aby boli správne a úplné, aby vydavatelia politickej reklamy mohli splniť svoje povinnosti podľa tohto nariadenia. Poskytovatelia služieb politickej reklamy vynaložia primerané úsilie, aby zaistili úplnosť a správnosť informácií uchovávaných podľa článku 6 ods. 1.*

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

- 2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zašlú tieto informácie súčasne s poskytnutím dotknutej služby v súlade s najlepšimi postupmi a odvetvovými normami pomocou normalizovaného automatizovaného postupu, ak je to technicky možné.*
- 3. Ak poskytovateľ služieb politickej reklamy zistí, že informácie, ktoré zaslal, boli aktualizované, zaistí, aby sa tieto aktualizované informácie oznámili príslušnému vydavateľovi politickej reklamy.*

Požiadavky na transparentnosť pre každé politické reklamné oznámenie

1. [...] *Spolu s [...] každým politickým reklamným oznámením* sprístupní *poskytovateľ služieb politickej reklamy* jasne, zreteľne a jednoznačne tieto informácie:
 - a) vyhlásenie, že ide o politické reklamné oznámenie;
 - b) totožnosť zadávateľa politického reklamného oznámenia a *prípadne* subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi;
ba) prípadne vyhlásenie o tom, že politické reklamné oznámenie bolo cielené alebo že jeho vplyv bol zosilňovaný;
 - c) oznámenie o transparentnosti, ktoré umožní porozumieť širšiemu kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľom, alebo jasné uvedenie informácie o tom, kde ho možno ľahko získať.

V tejto súvislosti vydavateľa politickej reklamy používajú účinné a výrazné techniky označovania, ktoré umožňujú ľahkú identifikáciu politického reklamného oznámenia, ako aj to, aby označenie zostalo na svojom mieste v prípade ďalšieho šírenia politického reklamného oznámenia.

2. Oznámenie o transparentnosti [...] obsahuje *aspoň* tieto informácie:

- a) totožnosť zadávateľa a *prípadne subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi* [...];
- b) [...]
- c) [...] informácie o súhrnných vynaložených sumách alebo iných výhodách, *ktoré získali poskytovatelia služieb politickej reklamy, ako aj o súhrnných vynaložených sumách alebo iných výhodách, ktoré získal vydavateľ*, čiastočne alebo úplne výmenou za [...] *služby politickej reklamy* [...] za príslušné reklamné oznámenie a prípadne za [...] politickú reklamnú kampaň, a o ich zdrojoch;

- d) prípadne informácie o voľbách alebo referendách, s ktorými je reklamné oznámenie spojené;
- e) prípadne odkazy na online archívy reklamných oznámení *uvedených v odseku 6;*
- ea) prípadne informácie uvedené v článku 12a ods. 1 písm. c) a ca);*
- f) [...]
- g) [...] Informácie, ktoré sa majú zahrnúť do oznámenia o transparentnosti *tiež obsahujú prvky* [...] uvedené v prílohe I.

- 2a. *Oznámenie o transparentnosti musí byť súčasťou každého politického reklamného oznámenia alebo sa musí dať ľahko získať, a to od jeho prvého uverejnenia až do konca jeho uverejňovania. Oznámenia o transparentnosti sa predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a – ak je to technicky možné – strojovo čitateľný, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka. Oznámenia o transparentnosti, ktoré sú strojovo čitateľné, sa sprístupnia prostredníctvom spoločného verejne dostupného aplikačného programovacieho rozhrania.***
3. Vydavатели politickej reklamy vynaložia primerané úsilie, aby zabezpečili, že informácie uvedené v odseku [...] 2 sú úplné, správne a aktualizované. ***Keď zadávateľ alebo poskytovateľ [...] služieb politickej reklamy zistí, že informácie prenášané alebo zverejnené vydavateľom politickej reklamy sú neúplné alebo nesprávne, bez zbytočného odkladu kontaktuje dotknutého vydavateľa politickej reklamy a podľa potreby mu zašle úplné alebo opravené informácie. Ak vydavateľ politickej reklamy akýmkoľvek prostriedkami zistí, že informácie uvedené v odseku 2 sú neúplné alebo nesprávne, vynaloží primerané úsilie na doplnenie alebo opravu informácií, prípadne aj kontaktovaním zadávateľa alebo dotknutých poskytovateľov služieb. [...]*** ***Ak tieto informácie nemožno doplniť alebo opraviť bez zbytočného odkladu, vydavateľ politickej reklamné oznámenie nesprístupní alebo ukončí jeho uverejňovanie alebo šírenie [...] [...]. Vydavateľ informuje zadávateľa alebo poskytovateľa služieb konajúceho v mene zadávateľa, ak politické reklamné oznámenie, ktoré zadal, nie je sprístupnené alebo je ukončené.***

4. [...]
5. Vydavatelía politickej reklamy uchovávajú svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými úpravami počas obdobia piatich rokov od *posledného uverejnenia* [...][...].
- 5a. *Odsek 5 sa nevzťahuje na podniky, ktoré splňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 smernice 2013/34/EÚ, za predpokladu, že poskytovanie reklamných služieb je čisto okrajové a vedľajšie vo vzťahu k ich hlavným činnostiam.***
6. Vydavatelía politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle článku 25 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách], zabezpečia, ***aby sa v prípade každého politického reklamného oznámenia informácie uvedené v odseku 2 tohto článku bezodkladne sprístupnili v archívoch [...] uvedených v článku [39[...]] uvedeného nariadenia [akt o digitálnych službách]. Takéto informácie sa aktualizujú a poskytujú podľa dohodnutej odvetvovej normy pre prístupnosť, štruktúru údajov a prístup prostredníctvom spoločného verejne dostupného aplikačného programovacieho rozhrania[...].***
7. Členské štáty vrátane príslušných orgánov a Komisia podporia vypracovanie kódexov správania určených na to, aby prispeli k správne mu uplatňovaniu tohto článku, pričom vezmú do úvahy osobitné vlastnosti príslušných zapojených poskytovateľov služieb a osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov v zmysle článku 3 smernice 2013/34/EÚ.

8. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 19 s cieľom zmeniť prílohu I doplnením [...] **alebo** zmenou [...] prvkov zoznamu informácií v **nej uvedených** vzhľadom na technologický vývoj, **príslušný vedecký výskum a na vývoj v oblasti dohľadu zo strany príslušných orgánov a príslušných usmernení vydaných príslušnými orgánmi** a za **predpokladu, že prvky stanovené v odseku 2 tohto článku sa zachovajú a že** takáto zmena je potrebná na pochopenie širšieho kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľov.

Článok 8

Pravidelné podávanie správ o službách politickej reklamy

1. [...]Vydavatelia **politickej** reklamy **priložia k** [...] svojej správe o hospodárení v zmysle článku 19 smernice 2013/34/EÚ [...] informácie o sumách alebo hodnote iných výhod, ktoré získali čiastočne alebo úplne výmenou za **poskytnuté** služby, a to vrátane informácií o použití techník cielenia a zosilňovania vplyvu, agregovaných podľa kampane.
2. Odsek 1 sa nevzťahuje na podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 **ods. 1 až** [...]3[...] smernice 2013/34/EÚ.

Článok 9

Upozornenie na potenciálne nezákonné politické reklamné oznámenia

- 1.[...]** [...]Vydavatelia **politickej** reklamy umožnia [...] fyzickým alebo právnickým osobám [...] bezplatne ich upozorniť, že konkrétne reklamné oznámenie, ktoré uverejnili, nie je v súlade s týmto nariadením.

- 2.[...] Informácie o spôsobe upozorňovania na politické reklamné oznámenia podľa odseku 1 musia byť používateľsky ústretové a ľahko dostupné, a to aj z oznámenia o transparentnosti.
- [...] Vydavatelia politickej reklamy umožnia zasielanie **upozornenia** [...] uvedeného v odseku 1 elektronickými prostriedkami.
3. ***Vydavatelia politickej reklamy vynaložia bez zbytočného odkladu primerané úsilie na starostlivé a objektívne vybavenie upozornení prijatých podľa odseku 1 tak, že kontaktujú príslušného poskytovateľa služieb politickej reklamy a v relevantných prípadoch zadávateľa.***
- 3a[...] [...]Vydavatelia [...] ***politickej*** reklamy informujú, a ***to aspoň na požiadanie a bez zbytočného odkladu, osoby, ktoré zaslali upozornenie uvedené v odseku 1*** [...] o prijatých následných opatreniach [...]. ***Vydavatelia politickej reklamy, ktorí spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia maximálne úsilie na zabezpečenie súladu s týmto odsekom.***
- 3b. ***Počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum vybaví vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/XXX [akt o digitálnych službách], každé upozornenie na reklamné oznámenie súvisiace s daným hlasovaním, ktoré sa im doručí, do 48 hodín.***
- 4.[...] Na opakované upozornenia podľa odseku 1 týkajúce sa toho istého reklamného oznámenia alebo tej istej reklamnej kampane možno odpovedať hromadne, a to aj odkazom na vyhlásenie na webovom sídle dotknutého vydavateľa politickej reklamy.

Článok 10

Zasielanie informácií príslušným orgánom

1. ***Na účely overenia súladu s článkami 6, 7 a 8*** majú [...] príslušné vnútroštátne orgány právomoc požadovať, aby im [...] poskytovatelia služieb politickej reklamy zaslali [...] ***akékoľvek potrebné*** [...] informácie [...]. Zasielané informácie ***musia*** [...] byť úplné, správne a dôveryhodné a poskytnuté v jasnom, koherentnom, konsolidovanom a zrozumiteľnom formáte. Ak je to technicky možné, informácie sa zasielajú v strojovo čitateľnom formáte.

- 1a.** Žiadosť *uvedená v odseku 1* musí obsahovať tieto prvky:
- a) odôvodnenie vysvetľujúce účel, na ktorý sa informácie požadujú, a prečo je žiadosť potrebná a primeraná, pokiaľ cieľom žiadosti nie je predchádzanie trestným činom *alebo závažným správnym deliktom*, ich *odhaľovanie*, vyšetrowanie [...] a stíhanie a pokiaľ by tento cieľ nebol uvedením odôvodnenia ohrozený;
 - b) poučenie o opravnom prostriedku, ktorý má príslušný poskytovateľ služieb a zadávateľ služby politickej reklamy k dispozícii.
2. Po prijatí žiadosti podľa odseku 1 poskytovateľa služieb politickej reklamy do dvoch pracovných dní potvrdia prijatie tejto žiadosti a informujú orgán o krokoch, ktoré podnikli na jej vybavenie. Príslušný poskytovateľ služieb poskytne požadované informácie do desiatich pracovných dní. *Avšak poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia primerané úsilie na to, aby požadované informácie poskytli do pätnástich pracovných dní.*
- 2a.** *Odchylne od odseku 3 poskytnú poskytovatelia služieb politickej reklamy počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum požadované informácie do 48 hodín. Avšak poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia primerané úsilie na to, aby požadované informácie poskytli bez zbytočného odkladu a podľa možnosti pred dátumom volieb alebo referenda.*
3. Poskytovatelia služieb politickej reklamy určia kontaktné miesto na komunikáciu s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí *spĺňajú podmienky podľa* [...] článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ, môžu ako kontaktné miesto určiť externú fyzickú osobu.

Článok 11

Zasielanie informácií iným zainteresovaným subjektom

1. Na žiadosť *zainteresovaných subjektov* im poskytovateľa služieb politickej reklamy *bezodplatne* [...] zašlú informácie, *ktoré sú povinní mať podľa* [...] článkov 6 a 7[...][...].

2. Zainteresované subjekty požadujúce zaslanie informácií podľa odseku 1 musia byť nezávislé od obchodných záujmov a musia patriť do jednej alebo viacerých z týchto kategórií:

- a) preverení výskumní pracovníci v súlade s článkom 31 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách];
- b) členovia organizácie občianskej spoločnosti, ktorej štatutárnym cieľom je chrániť a presadzovať verejný záujem, oprávnenej podľa vnútroštátneho práva alebo práva Únie;
- c) politickí aktéri [...]; [...]
- d) národní alebo medzinárodní pozorovatelia volieb *uznaní* [...] v členskom štáte [...] *alebo*

da) novinári.

[...]

3. Na základe žiadosti zainteresovaného subjektu poskytovateľ služieb vynaloží maximálne úsilie, aby poskytol požadované informácie alebo svoju odôvodnenú odpoveď podľa odseku 5 do jedného mesiaca.

4. Pri príprave informácií, ktoré sa majú poskytnúť podľa odseku 1, môže poskytovateľ služieb agregovať príslušné sumy alebo ich uviesť v rámci rozpätia v rozsahu potrebnom na ochranu svojich oprávnených obchodných záujmov.
5. Ak sú žiadosti podľa odseku 1 zjavne neopodstatnené, nejasné alebo neprimerané, najmä z dôvodu nedostatočnej jasnosti, môže poskytovateľ služieb odmietnuť odpovedať. V tomto prípade príslušný poskytovateľ služieb zašle zainteresovanému subjektu, ktorý žiadosť podal, odôvodnenú odpoveď a **informácie o možnostiach nápravy**.
6. Ak [...] si **vybavovanie** žiadostí podľa odseku 1 vyžaduje značné náklady, poskytovateľ služieb môže účtovať primeraný a úmerný poplatok, ktorý v žiadnom prípade nepresiahne administratívne náklady na poskytnutie požadovaných informácií.
7. Poskytovatelia služieb nesú dôkazné bremeno, pokiaľ ide o preukázanie, že žiadosť je zjavne neopodstatnená, nejasná alebo neprimeraná, alebo že vybavenie žiadostí [...] si vyžaduje značné náklady.

KAPITOLA III – CIELENIE A ZOSILŇOVANIE VPLYVU POLITICKEJ REKLAMY

Článok 12

Zákazy [...] týkajúce sa cielenia a zosilňovania vplyvu

1. Techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie **osobitných kategórií** osobných údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725, sú v súvislosti s politickou reklamou zakázané.
2. **Odsek 1** [...] [...] sa nevzťahuje na situácie uvedené v článku 9 ods. 2 písm. a) [...] nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 2 písm. a) [...] nariadenia (EÚ) 2018/1725. **Na účely vykonávania tohto odseku sa výslovný súhlas v zmysle nariadení (EÚ) 2016/679 a (EÚ) 2018/1725 poskytuje samostatne a konkrétne na účely politickej reklamy.**
- 2a. **Odsek 1 sa nevzťahuje na situácie uvedené v článku 9 ods. 2 písm. d) nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 2 písm. d) nariadenia (EÚ) 2018/1725.**
3. **V súvislosti s politickou reklamou sa zakazujú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov subjektu, o ktorom je s primeranou istotou známe, že jeho vek je aspoň jeden rok pod vekovou hranicou oprávňujúcou na účasť vo voľbách stanovenou vnútroštátnymi pravidlami.**

Článok 12a

Osobitné požiadavky týkajúce sa cielenia a zosilňovania vplyvu

- I[...].** Pri používaní techník cielenia alebo zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, musia prevádzkovatelia okrem požiadaviek stanovených v nariadení (EÚ) 2016/679 a prípadne v nariadení (EÚ) 2018/1725 dodržiavať tieto požiadavky:

- a) prijať, [...] implementovať a **sprístupniť verejnosti** vnútornú politiku, ktorá jasne a zrozumiteľným jazykom opisuje **spôsob** [...] [...] **používania** takýchto techník [...], a uchovávať takúto politiku päť rokov od **posledného použitia týchto techník**;
- b) viesť záznamy o používaní cielenia alebo zosilňovania vplyvu, príslušných mechanizmov, technikách a parametroch a zdroji (zdrojoch) použitých osobných údajov;
- c) **zabezpečiť**, spolu s **upozornením, že ide o** politické reklamné oznámenie, poskytnutie [...] dodatočných informácií potrebných na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitej techniky, ako aj použitie údajov tretích strán a ďalšie analytické techniky. **Uvedené informácie obsahujú aspoň tieto prvky:**
- i) **konkrétnu skupinu príjemcov, ktorým je reklama určená, vrátane parametrov použitých na určenie príjemcov, medzi ktorých sa reklama šíri;**
 - ii) **kategórie a zdroje osobných údajov používané na cielenie a zosilňovanie vplyvu.**

[...] Informácie, **ktoré sa majú zahrnúť, obsahujú aj** [...] prvky stanovené v prílohe II;

- ca)** [...] **uviesť** spolu s reklamným oznámením [...] **alebo** v oznámení o transparentnosti požadovanom podľa článku 7 odkaz na účinné prostriedky na podporu fyzických osôb pri uplatňovaní ich práv podľa nariadenia (EÚ) 2016/679, **prípadne nariadenia (EÚ) 2018/1725, najmä odkaz na právo fyzických osôb vyjadriť alebo prípadne odvolať súhlas a na právo namietať. Takýto odkaz zahŕňa prepojenie na rozhranie umožňujúce výkon takéhoto práva.**

2[...]. [...] Ak prevádzkovateľ nie je vydavateľom **politickej** reklamy, prevádzkovateľ zašle vnútornú politiku vydavateľovi politickej reklamy a **zaistí, aby sa** [...] mu **oznámili informácie uvedené v odseku 1 písm. c) a ca), s cieľom umožniť mu splniť si povinnosti podľa tohto nariadenia. Informácie sa zasielajú včas a správne v súlade s najlepšimi postupmi a odvetvovými normami prostredníctvom štandardizovaného automatizovaného procesu, ak je to technicky možné.**

3. **Poskytovatelia služieb politickej reklamy v prípade potreby zašlú prevádzkovateľom informácie potrebné na splnenie povinností podľa odsekov 1 a 2.**
5. [...]
- 4[...]. Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade s **odsekmi 1 až 3** [...], sa predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a – ak je to technicky možné – strojovo čitateľný, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.
7. [...]
- 5[...]. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 19 s cieľom zmeniť prílohu II **doplnením alebo** zmenou [...] prvkov zoznamu informácií v **nej uvedených** vzhľadom na technologický vývoj, [...] príslušný vedecký výskum a na vývoj v oblasti dohľadu zo strany príslušných orgánov a príslušných usmernení vydaných príslušnými orgánmi a za **predpokladu, že sa zachovajú prvky stanovené v odseku 1 písm. c) tohto článku.**

Článok 13

Zasielanie informácií týkajúcich sa cielenia alebo zosilňovania vplyvu iným zainteresovaným subjektom

1. [...] [...] **Prevádzkovatelia** [...] prijímú primerané opatrenia, aby na žiadosť zainteresovaných subjektov a **bezodplatne** v súlade s článkom 11 ods. 1 zaslali informácie uvedené v článku 12a.
2. Článok 11 ods. 2 až 7 sa uplatňuje primerane.

KAPITOLA IV – DOHL'AD A PRESADZOVANIE

Článok 14

Právny zástupca

1. Poskytovatelia služieb, ktorí poskytujú služby politickej reklamy v Únii, ale nie sú usadení v Únii, písomne určia fyzickú alebo právnickú osobu ako svojho právneho zástupcu v jednom z členských štátov, v ktorých poskytovateľ ponúka svoje služby. ***Určený právny zástupca sa zaregistruje na príslušnom orgáne uvedenom v odseku 2a.***
 - 1a. ***Ak poskytovatelia služieb politickej reklamy nesplnia povinnosť podľa odseku 1, členské štáty prijímú všetky primerané opatrenia na zabezpečenie súladu s týmto nariadením, a to aj ukončením uverejňovania alebo šírenia príslušných politických reklamných oznámení, ak súlad nie je možné zabezpečiť inak.***
2. Právny zástupca je zodpovedný za zabezpečenie dodržiavania povinností zastupovaného poskytovateľa služieb, ktoré mu vyplývajú z tohto nariadenia, a je adresátom všetkej komunikácie s príslušným poskytovateľom služieb stanovenej v tomto nariadení. Všetka komunikácia s týmto právnym zástupcom sa považuje za komunikáciu so zastupovaným poskytovateľom služieb.
 - 2a. ***Členské štáty určia jeden príslušný orgán zodpovedný za online uverejňovanie informácií o určených právnych zástupcoch zaregistrovaných podľa odseku 1 a za ich pravidelnú aktualizáciu. Členské štáty poskytnú Komisii odkazy na príslušné webové sídla.***
 - 2b. ***Komisia zriadi portál prepojený s webovými sídlami, ktoré poskytnú členské štáty podľa odseku 2a.***

Článok 15

Príslušné orgány a kontaktné miesta

1. Dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sú príslušné monitorovať uplatňovanie článkov 12 a **12a** tohto nariadenia v príslušnej oblasti svojej pôsobnosti. Článok 58 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článok 58 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sa uplatňujú primerane. *Na činnosti, na ktoré sa vzťahujú články 12 a 12a tohto nariadenia, sa uplatňuje kapitola VII nariadenia (EÚ) 2016/679.*
2. Členské štáty určia príslušné orgány, aby monitorovali, či poskytovatelia sprostredkovateľských služieb v zmysle nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] dodržiavajú povinnosti stanovené v článkoch 5 až 11 a prípadne v článku 14 tohto nariadenia. Príslušné orgány určené podľa nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] môžu byť aj jedným z príslušných orgánov určených na monitorovanie dodržiavania povinností stanovených v článkoch 5 až 11 a v článku 14 tohto nariadenia online sprostredkovateľmi. Koordinátor digitálnych služieb uvedený v článku 38 nariadenia (EÚ) 2021/xxx v každom členskom štáte je zodpovedný za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni, pokiaľ ide o poskytovateľov sprostredkovateľských služieb, ako sú vymedzené v nariadení (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách]. Na záležitosti súvisiace s uplatňovaním tohto nariadenia, pokiaľ ide o poskytovateľov sprostredkovateľských služieb, sa uplatňuje článok 45 ods. 1 až 4 a článok 46 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách].
3. Každý členský štát určí jeden príslušný orgán alebo viacero príslušných orgánov, ktoré budú zodpovedné za uplatňovanie a presadzovanie aspektov tohto nariadenia, ktoré nie sú uvedené v odsekoch 1 a 2. ***Tieto príslušné orgány môžu byť odlišné od orgánov uvedených v odsekoch 1 a 2.*** Každý príslušný orgán určený podľa tohto odseku musí byť štrukturálne úplne nezávislý tak od sektora, ako aj od akéhokoľvek vonkajšieho zásahu alebo politického tlaku. Úplne nezávisle účinne monitoruje a prijíma opatrenia potrebné a primerané na zabezpečenie súladu s týmto nariadením.

4. [...]
5. Príslušné orgány uvedené v odseku 3 majú pri vykonávaní svojich **úloh a právomocí** v oblasti **dohľadu a** presadzovania [...] v súvislosti s týmto nariadením právomoc:
- aa) požiadať o prístup k údajom, dokumentom alebo akýmkoľvek potrebným informáciám, najmä od dotknutého zadávateľa alebo poskytovateľa služieb politickej reklamy;**
- a) vydávať varovania určené poskytovateľom služieb politickej reklamy týkajúce sa nedodržovania povinností podľa tohto nariadenia;
- aa) nariadiť ukončenie porušovania právnych predpisov a požadovať od zadávateľov alebo poskytovateľov služieb politickej reklamy, aby podnikli kroky potrebné na dosiahnutie súladu s týmto nariadením, a to pri rešpektovaní základného práva na slobodu prejavu a práva na informácie;**
- b) uverejniť vyhlásenie, v ktorom sa uvedie právnická a fyzická osoba alebo osoby zodpovedné za porušenie povinnosti stanovenej v tomto nariadení a povaha tohto porušenia;
- c) ukladať [...] pokuty **alebo** [...] finančné sankcie [...] a **prípadne iné prostriedky nápravy s cieľom účinne ukončiť porušovanie alebo o to požiadať justičný orgán vo svojom členskom štáte;**
6. Členské štáty zabezpečia **účinnú a štruktúrovanú** spoluprácu na **vnútroštátnej úrovni** medzi **všetkými relevantnými** príslušnými orgánmi **určenými podľa odsekov 1 až 3**[...] na uľahčenie rýchlej a zabezpečenej výmeny informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh a **právomocí** v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj [...] výmenou zistení a odborných znalostí s cieľom **pomôcť identifikovať porušenia** a spoluprácou pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.

- 6a. *Experti určené členskými státymi sa pravidelne stretávajú na úrovni Únie, najmä v rámci Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, a úzko spolupracujú so Skupinou európskych regulačných orgánov pre audiovizuálne mediálne služby a inými relevantnými sieťami, aby uľahčili rýchlú a zabezpečenú výmenu informácií o otázkach súvisiacich s výkonom ich úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia.*
7. Každý členský štát určí jeden príslušný orgán ako kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia.

Článok 15a

Cezhraničná spolupráca

1. *Dodržiavanie tohto nariadenia poskytovateľmi služieb politickej reklamy patrí do právomoci členského štátu, v ktorom je poskytovateľ usadený. V prípade, že je poskytovateľ usadený vo viac ako jednom členskom štáte, považuje sa za poskytovateľa, na ktorého sa vzťahuje právomoc členského štátu, v ktorom má svoje hlavné miesto podnikateľskej činnosti.*
- 2[...]. *Bez toho, aby bol dotknutý článok 15 ods. 1 a 2 a odsek 1 tohto článku, [...] príslušný orgán alebo orgány všetkých [...] členských štátov [...] podľa potreby navzájom spolupracujú a vzájomne si pomáhajú.*

[...]

[...][...]

- 3.[...][...] Príslušný orgán po prijatí odôvodnenej žiadosti od iného príslušného orgánu poskytne tomuto inému príslušnému orgánu pomoc **bez zbytočného odkladu, najneskôr však do jedného mesiaca od prijatia žiadosti**, aby sa opatrenia dohľadu alebo presadzovania uvedené v [...] **článku 15** ods. 5 mohli vykonávať účinným, efektívnym a konzistentným spôsobom. [...] [...] Príslušný orgán [...] **po prijatí odôvodnenej žiadosti o informácie od príslušného orgánu iného členského štátu** prostredníctvom kontaktných miest uvedených v **článku 15** ods. 7 **poskytne tomuto príslušnému orgánu vyžiadané informácie bez zbytočného odkladu, najneskôr však do 14 dní od prijatia žiadosti. Uvedenú lehotu možno predĺžiť na jeden mesiac v prípadoch, ktoré si vyžadujú dodatočné vyšetrenie alebo informácie od viacerých príslušných orgánov**[...].
4. **Ak má príslušný orgán členského štátu dôvodné podozrenie, že poskytovateľ služieb politickej reklamy, ktorý má hlavné miesto podnikateľskej činnosti v inom členskom štáte, porušil toto nariadenie na jeho území, prostredníctvom kontaktného miesta uvedeného v článku 15 ods. 7 na to upozorní príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti.**
5. **Upozornenie podľa odseku 4 musí byť riadne odôvodnené a musia sa v ňom uvádzať aspoň tieto prvky:**
- a) **informácie umožňujúce identifikáciu poskytovateľa služieb politickej reklamy;**

- b) *opis relevantných skutočností, príslušných ustanovení tohto nariadenia a dôvody, pre ktoré má príslušný orgán, ktorý upozornenie zaslal, podozrenie, že dotknutý poskytovateľ služieb porušil toto nariadenie, prípadne vrátane opisu skutočností, ktoré by umožnili posúdenie kritérií stanovených v článku 16 ods. 3;*
 - c) *miesto, kde možno získať príslušné politické reklamné oznámenie alebo jeho kópiu;*
 - d) *akékoľvek ďalšie informácie, ktoré príslušný orgán, ktorý upozornenie zaslal, považuje za relevantné, a to v prípade potreby vrátane informácií, ktoré zhromaždil z vlastnej iniciatívy.*
6. *Ak príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti nemá dostatočné informácie na to, aby mohol konať na základe upozornenia uvedeného v odseku 4, môže o dodatočné informácie požiadať príslušný orgán, ktorý upozornenie zaslal, pričom tento orgán poskytne požadované informácie bez zbytočného odkladu.*
7. *Príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti bez zbytočného odkladu, najneskôr však do jedného mesiaca od prijatia upozornenia uvedeného v odseku 4, prípadne informácií uvedených v odseku 6 oznámi príslušnému orgánu, ktorý upozornenie zaslal, svoje posúdenie údajného porušenia a ďalšie informácie o vyšetrovacích opatreniach alebo opatreniach presadzovania, ktoré boli prijaté alebo sa plánujú prijať na zabezpečenie súladu s týmto nariadením.*
8. *Ak sa vyšetrovanie údajného porušenia týka poskytovania služieb politickej reklamy v jednom alebo vo viacerých členských štátoch, v ktorých poskytovateľ nemá hlavné miesto podnikateľskej činnosti, príslušný orgán hlavného miesta podnikateľskej činnosti môže začať a viesť spoločné vyšetrovanie za účasti dotknutého príslušného orgánu alebo orgánov:*
- a) *z vlastnej iniciatívy a po získaní súhlasu požiadaného príslušného orgánu či orgánov alebo*

- b) *na žiadosť iného príslušného orgánu alebo orgánov na základe odôvodneného podozrenia, že poskytovaním služieb politickej reklamy poskytovateľom služieb usadeným v členskom štáte hlavného miesta podnikateľskej činnosti, došlo k porušeniu tohto nariadenia alebo podstatnému ovplyvneniu fyzických osôb na území príslušného orgánu alebo orgánov, ktoré podali žiadosť.*
9. *Na účely odseku 8 príslušný orgán, ktorý žiada o začatie spoločného vyšetrovania, poskytne druhému príslušnému orgánu alebo orgánom informácie uvedené v odseku 5. Ak sa príslušný orgán rozhodne nezúčastniť sa na spoločnom vyšetrovaní, poskytne na tento účel druhému príslušnému orgánu alebo orgánom odôvodnené vysvetlenie. [...]*
10. *Pri vykonávaní spoločného vyšetrovania príslušné orgány spolupracujú v dobrej viere a vykonávajú svoje vyšetrovacie právomoci potrebné na vyšetrovanie údajného porušenia. Príslušné orgány sa v rámci spoločného vyšetrovania navzájom informujú o každom relevantnom opatrení presadzovania, ktoré iniciujú alebo majú v úmysle iniciovať.*

Článok 16

Sankcie

1. [...] Členské štáty stanovujú pravidlá týkajúce sa sankcií vrátane [...] pokút **alebo** [...] finančných sankcií[...] a **prípadne iných prostriedkov nápravy**, uplatniteľných na poskytovateľov služieb politickej reklamy [...] za porušenia **článkov 5 až 11, 13 a 14 a na zadávateľov za porušenia článkov 5 a 6a**. [...] **Sankcie** [...] musia byť v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce. **Pri stanovovaní uplatniteľných sankcií sa zohľadňujú pravidlá upravujúce slobodu tlače a slobodu prejavu v iných médiách a pravidlá alebo kódexy vzťahujúce sa na novinárske povolanie.**

- 1a. Maximálna výška finančnej sankcie, ktorá sa môže uložiť, je založená na ekonomických možnostiach subjektu, na ktorý sa vzťahujú sankcie, a predstavuje:**
- a) 4 % ročného príjmu alebo rozpočtu zadávateľa, prípadne poskytovateľa služieb politickej reklamy podľa toho, ktorá hodnota je vyššia, alebo**
 - b) 4 % ročného celosvetového obratu zadávateľa alebo poskytovateľa služieb politickej reklamy v predchádzajúcom finančnom roku.**
2. Členské štáty oznámia Komisii tieto pravidlá do dvanástich mesiacov od nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia a bezodkladne ju informujú o akejkolvek ich následnej zmene.
3. Pri rozhodovaní o druhu sankcií a ich výške sa v každom jednotlivom prípade okrem iného náležite zohľadní:
- a) povaha, závažnosť a trvanie porušenia;
 - b) úmyselný alebo nedbanlivostný charakter porušenia;
 - c) akékoľvek opatrenia prijaté na zmiernenie akýchkoľvek škôd;
 - d) akékoľvek relevantné predchádzajúce porušenia a akékoľvek iné prít'azujúce alebo poľahčujúce okolnosti vzťahujúce sa na okolnosti daného prípadu a
 - e) miera spolupráce s príslušným orgánom;
- ea) prípadne veľkosť a ekonomické možnosti subjektu, na ktorý sa vzťahujú sankcie.**

4. Porušenia článkov **7, 9 a 10** sa považujú za obzvlášť závažné, ak sa týkajú politickej reklamy uverejnenej alebo širenej počas **posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum** [...] a zameranej na občanov v členskom štáte, v ktorom sa príslušné voľby **alebo referendum** organizujú.
5. [...]
6. Za porušenie povinností stanovených v článkoch 12 a **12a** môžu dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 v rámci svojich právomocí ukladať [...] pokuty v súlade s článkom 83 nariadenia (EÚ) 2016/679, a to do sumy uvedenej v článku 83 ods. 5 uvedeného nariadenia.
7. Za porušenie povinností stanovených v článkoch 12 a **12a** môže dozorný orgán uvedený v článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 v rámci svojich právomocí ukladať [...] pokuty v súlade s článkom 66 nariadenia (EÚ) 2018/1725, a to do sumy uvedenej v článku 66 ods. 3 uvedeného nariadenia.

Článok 16a

Upozornenia príslušnému orgánu

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

Článok 17

Uverejnenie dátumov volieb a referend[...]

1. Členské štáty uverejnia termíny svojich *volieb a referend* [...] na ľahko dostupnom mieste a spolu s vhodným odkazom na toto nariadenie.
2. ***Komisia poskytne portál, prostredníctvom ktorého členské štáty ihneď po oznámení poskytnú dátumy svojich volieb alebo referend. Portál bude verejne dostupný.***

KAPITOLA V – ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

Článok 18

Hodnotenie a preskúmanie

1. Komisia do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu a prvýkrát najneskôr do 31. decembra 2026 predloží správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. V uvedenej správe sa posúdi potreba zmeny tohto nariadenia, **najmä pokiaľ ide o:**
 - a) *účinnosť tohto nariadenia, pokiaľ ide o konkrétne prostriedky politickej reklamy;*
 - b) *d'alšie obmedzenie spracúvania osobných údajov na účely techník cielenia a zosilňovania vplyvu regulovaných podľa tohto nariadenia;*
 - c) *vplyv tohto nariadenia na malých a stredne veľkých mediálnych aktéroch;*
 - d) *druh a výška sankcií uložených členskými štátmi;*
 - e) *zriadenie verejných archívov pre všetku online politickú reklamu.*
2. Táto správa sa zverejní.

Článok 19

Vykonávanie delegovania právomoci

1. Komisii sa udeľuje právomoc prijímať delegované akty za podmienok stanovených v tomto článku.
2. Právomoc prijímať delegované akty uvedené v článku 7 ods. 8 a v článku **12a ods. 5** [...] sa Komisii udeľuje na obdobie **3 rokov od ... [dátumu nadobudnutia účinnosti základného legislatívneho aktu alebo iného dátumu, ktorý určia zákonodarcovia].** **Delegovanie právomoci sa automaticky predlžuje o rovnako dlhé obdobia, pokiaľ**

Európsky parlament alebo Rada nevzniesú voči takémuto predĺženiu námietku najneskôr tri mesiace pred koncom každého obdobia[...].

3. Delegovanie právomocí uvedené v článku 7 ods. 8 a v článku **12a ods. 5**[...] môže Európsky parlament alebo Rada kedykoľvek odvolať. Rozhodnutím o odvolaní sa ukončuje delegovanie právomoci, ktoré sa v ňom uvádza. Rozhodnutie nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po jeho uverejnení v Úradnom vestníku Európskej únie alebo k neskoršiemu dátumu, ktorý je v ňom určený. Nie je ním dotknutá platnosť delegovaných aktov, ktoré už nadobudli účinnosť.
- 3a. *Komisia pred prijatím delegovaného aktu podľa článku 7 ods. 8 a článku 12a ods. 5 konzultuje s expertmi určenými jednotlivými členskými štátmi v súlade so zásadami stanovenými v Medziinštitucionálnej dohode o lepšej tvorbe práva z 13. apríla 2016.***
4. Komisia oznamuje delegovaný akt hneď po jeho prijatí súčasne Európskemu parlamentu a Rade.
5. Delegovaný akt prijatý podľa článku 7 ods. 8 a článku **12a ods. 5**[...] nadobudne účinnosť, len ak Európsky parlament alebo Rada voči nemu nevzniesli námietku v lehote dvoch mesiacov odo dňa oznámenia uvedeného aktu Európskemu parlamentu a Rade alebo ak pred uplynutím uvedenej lehoty Európsky parlament a Rada informovali Komisiu o svojom rozhodnutí nevzniesť námietku. Na podnet Európskeho parlamentu alebo Rady sa táto lehota predĺži o dva mesiace.

Článok 20

Nadobudnutie účinnosti a uplatňovanie

1. Toto nariadenie nadobúda účinnosť dvadsiatym dňom po jeho uverejnení v Úradnom vestníku Európskej únie.
2. Uplatňuje sa ***po uplynutí 12 mesiacov od jeho uverejnenia v Úradnom vestníku Európskej únie [...]***.
3. Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V Bruseli

*Za Európsky parlament
predseda/predsedička*

*Za Radu
predseda/predsedička*

Informácie, ktoré sa majú poskytnúť podľa článku 7 ods. 2

- a) ak oznámenie nie je súčasťou samotného reklamného oznámenia, príklad/zobrazenie politického reklamného oznámenia alebo odkaz naň;
- b) totožnosť a miesto usadenia zadávateľa, v mene ktorého sa reklamné oznámenie šíri, vrátane jeho mena/názvu, adresy, telefónneho čísla a e-mailovej adresy a toho, či ide o fyzickú alebo právnickú osobu;
- ba) *informácie požadované podľa písmena b) o fyzickej alebo právnickej osobe, ktorá poskytuje odplatu výmenou za politické reklamné oznámenie, ak táto osoba nie je zadávateľom;***
- c) obdobie, počas ktorého sa politické reklamné oznámenie šíri, a ak je to vhodné a známe vydavateľovi, informácia o tom, že to isté reklamné oznámenie bolo šírené v minulosti;
- d) v náležitých prípadoch všetky voľby, s ktorými je reklama spojená;
- e) predbežná súhrnná suma vynaložená konkrétne reklamné oznámenie a prípadne na konkrétnu reklamnú kampaň vrátane prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a šírenia politických reklamných oznámení, predbežná súhrnná hodnota iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za ne, ako aj skutočná súhrnná vynaložená suma a hodnota iných získaných výhod, keď bude známa;
- f) ***informácie o zdrojoch finančných prostriedkov, ktoré sa používajú na konkrétnu reklamnú kampaň vrátane prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a šírenia politických reklamných oznámení;***
- g) zmysluplné informácie o metodike použitej na výpočet súm a hodnôt uvedených v písmene e);

- h) ak je vydavateľ veľmi veľkou online platformou, odkaz na umiestnenie reklamného oznámenia v archíve reklamy vydavateľa;
- i) ak je reklamné oznámenie spojené s konkrétnymi voľbami alebo referendumami, odkazy na oficiálne informácie o modalitách účasti na príslušných voľbách alebo referendách;
- j) informácie o mechanizme zriadenom podľa článku 9.

Informácie, ktoré sa majú poskytnúť podľa článku 12a ods. 1[...]

- a) konkrétne cieľové skupiny príjemcov vrátane parametrov používaných na určenie príjemcov, ktorým sa reklama šíri, s rovnakou úrovňou podrobnosti, aká sa používa na cielenie, kategórie osobných údajov používaných na cielenie a zosilňovanie vplyvu, ciele, mechanizmy a postup cielenia a zosilňovania vplyvu vrátane parametrov začlenenia a vylúčenia a dôvody výberu týchto parametrov;
- b) obdobie šírenia, počet fyzických osôb, ktorým sa reklamné oznámenie šíri, a údaje o veľkosti cieľového publika medzi príslušnými voličmi;
- c) zdroj osobných údajov uvedených v písmene a) vrátane prípadných informácií o tom, že osobné údaje boli vyvodené, odvodené alebo získané od tretej strany, a totožnosti tejto tretej strany, ako aj odkazu na oznámenie o ochrane údajov danej tretej strany v súvislosti s predmetným spracúvaním;
- d) odkaz na účinné prostriedky na podporu fyzických osôb pri uplatňovaní ich práv podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo prípadne nariadenia (EÚ) 2018/1725 v súvislosti s cielením a zosilňovaním vplyvu politickej reklamy na základe ich osobných údajov;
- da) odkaz na webovú stránku alebo jednoznačnú informáciu o tom, kde možno ľahko nájsť politiku uvedenú v článku 12a ods. 1 písm. a).*
