

Bruselj, 13. december 2022
(OR. en)

**Medinstitucionalna zadeva:
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

IZID POSVETOVANJA

Pošiljatelj:	Generalni sekretariat Sveta
Prejemnik:	delegacije
Št. predh. dok.:	15669/22
Št. 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
Zadeva:	Prelog UREDBE EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA o preglednosti in ciljanem političnem oglaševanju – splošni pristop

V prilogi k temu dopisu vam pošiljamo besedilo splošnega pristopa, o katerem se je Svet (splošne zadeve) dogovoril 13. decembra 2022.

Predlog

**UREDBA EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA
o preglednosti in ciljanem političnem oglaševanju**

(Besedilo velja za EGP)

EVROPSKI PARLAMENT IN SVET EVROPSKE UNIJE STA –

ob upoštevanju Pogodbe o delovanju Evropske unije in zlasti členov 16 in 114 Pogodbe,

ob upoštevanju predloga Evropske komisije,

po posredovanju osnutka zakonodajnega akta nacionalnim parlamentom,

ob upoštevanju mnenja Evropskega ekonomsko-socialnega odbora¹,

ob upoštevanju mnenja Odbora regij²,

v skladu z rednim zakonodajnim postopkom,

¹ UL C , , str.

² UL C , , str. .

ob upoštevanju naslednjega:

- (1) Ponudba političnega oglaševanja in povpraševanje po njem se povečujeta in sta vedno bolj čezmejna. S to dejavnostjo je povezano veliko in vedno večje število raznovrstnih storitev, kot so politične svetovalne službe, oglaševalske agencije, platforme za oglaševalsko tehnologijo, družbe za odnose z javnostmi, vplivneži ter različni podatkovni analitiki in posredniki. Oblike političnega oglaševanja so lahko zelo raznolike, vključno s plačano vsebino, sponzoriranimi rezultati iskanja, plačanimi ciljanimi sporočili, promocijami pri razvrščanju, promocijo izdelka ali osebe, vključeno v vsebino, kot je promocijsko umeščanje izdelkov, ter oglaševanje z vplivneži in drugimi vrstami podpore. Povezane dejavnosti lahko vključujejo na primer razširjanje političnih oglasov na zahtevo sponzorja ali objavo vsebine za plačilo.
- (2) Politični oglasi se lahko razširjajo ali izdajajo prek različnih sredstev in medijev ter čez meje. Lahko se razširjajo ali izdajajo prek tradicionalnih nespletnih medijev, kot so časopisi, televizija in radio, vse pogosteje pa tudi prek spletnih platform, spletišč, mobilnih aplikacij, računalniških iger in drugih digitalnih vmesnikov. Za slednje je ne le zelo verjetno, da se bodo ponujali čez mejo, ampak prinašajo tudi nove in težavne regulativne izzive in izzive pri izvrševanju. Uporaba spletnega političnega oglaševanja se močno povečuje, nekatere linearne nespletne oblike političnega oglaševanja, kot sta radio in televizija, pa so na voljo tudi na spletu kot storitve na zahtevo. Politične oglaševalske kampanje se običajno izvajajo tako, da uporabljajo vrsto različnih medijev in oblik.
- (3) Ker se oglaševanje, vključno s političnim oglaševanjem, običajno opravlja za plačilo, **ki lahko vključuje prejemek v naravi**, pomeni storitveno dejavnost v skladu s členom 57 Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU). Udeleženci konference predstavnikov vlad držav članic so se v izjavi št. 22 v zvezi z invalidi, priloženi k Amsterdamski pogodbi, strinjali, da morajo institucije Unije pri pripravi ukrepov na podlagi člena 114 PDEU upoštevati potrebe invalidov.

(4) Potreba po zagotavljanju preglednosti je legitimen javni cilj, skladen z vrednotami, ki so skupne EU in njenim državam članicam v skladu s členom 2 Pogodbe o Evropski uniji (PEU). Državljeni včasih s težavo prepoznajo politične oglase, enako pa velja tudi za njihovo uveljavljanje demokratičnih pravic na ozaveščen način. ***Vse večja izpopolnjenost dezinformacij, diverzifikacija akterjev, hiter razvoj novih tehnologij in okrepljeno širjenje manipulativnega vmešavanja so izjemni izzivi za Unijo in države članice. Politično oglaševanje je lahko dejavnik pri razširjanju dezinformacij, posebej kadar oglasi ne razkrivajo svoje politične narave in kadar so ciljno usmerjeni ali vsebujejo močno sporočilo.*** Visoka raven preglednosti je med drugim potrebna v podporo odprti in pošteni politični razpravi ***pri zagotavljanju demokratičnih političnih kampanj*** ter svobodnim in poštnim volitvam ali referendumom, kot tudi za boj proti dezinformacijam in nezakonitemu vmešavanju, tudi iz tujine. [...]. Preglednost političnega oglaševanja prispeva k temu, da volivci bolje razumejo, kdaj jim je prikazan politični oglas, v čigavem imenu je bil oglas pripravljen in kako ponudnik storitev oglaševanja nanje cilja, kar jim omogoča bolj ozaveščene odločitve.

(4a) Namen te uredbe je zagotoviti, da se pri političnem oglaševanju dosledno spoštujejo temeljne pravice, med drugim tudi pravice v zvezi z varstvom podatkov.

- (5) V okviru političnega oglaševanja se **pogosto uporabljajo** tehnike ciljanja in ojačevanja **na podlagi obdelave osebnih podatkov, vključno z zaznanimi in izpeljanimi osebnimi podatki, kot so podatki, ki razkrivajo politična mnenja, in druge posebne kategorije podatkov** [...]. Tehnike ciljanja [...] bi se morale razumeti kot tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje [...] političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino oseb, **običajno s prilagojeno vsebino, na podlagi obdelave osebnih podatkov, ne glede na to, kako so osebni podatki pridobljeni. Namen tehnik ojačevanja, ki vključujejo širok nabor tehnik optimizacije in prikazovanja oglasov**, [...] je povečati kroženje, doseg ali prepoznavnost političnega oglasa **na podlagi obdelave osebnih podatkov, ne glede na to, kako so bili osebni podatki pridobljeni**. Glede na moč in možnosti zlorabe osebnih podatkov s ciljanjem, tudi z mikrociljanjem in drugimi naprednimi tehnikami, lahko take tehnike predstavljajo posebno grožnjo legitimnim javnim interesom, kot so poštenost, enake možnosti in preglednost v volilnem procesu ter temeljna pravica do obveščenosti na objektivni, pregleden in pluralističen način.
- (6) Politično oglaševanje je v državah članicah trenutno različno urejeno, te ureditve pa se pogosto osredotočajo na tradicionalne oblike medijev. V zvezi s tem obstajajo posebne omejitve, tudi za čezmejno opravljanje storitev političnega oglaševanja. Nekatere države članice ponudnikom storitev EU, ki imajo sedež v drugih državah članicah, v volilnih obdobjih prepovedujejo opravljanje storitev politične narave ali s političnim namenom. Obenem v nekaterih državah članicah najverjetneje obstajajo vrzeli in praznine v nacionalni zakonodaji, zaradi česar se politični oglasi včasih razširjajo brez upoštevanja ustreznih nacionalnih pravil, kar lahko ogroža cilj ureditve preglednosti političnega oglaševanja.
- (7) Za zagotovitev večje preglednosti političnega oglaševanja, tudi v odziv na pomisleke državljanov, so nekatere države članice že proučile dodatne ukrepe za preglednost političnega oglaševanja in v podporo poštenim političnim razpravi ter svobodnim in poštenim volitvam ali referendumom oziroma o takih ukrepih razmišljajo. Ti nacionalni ukrepi se predvsem proučujejo za oglaševanje, ki se izdaja in razširja na spletu, in lahko vključujejo nadaljnje prepovedi. Ukrepi segajo od mehkih do zavezujočih in vključujejo različne elemente preglednosti.

- (8) To povzroča razdrobljenost notranjega trga, zmanjšuje pravno varnost za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki pripravljajo, oddajajo v razširjanje, **promovirajo**, izdajajo ali razširjajo politične oglase, ustvarja ovire za prosti pretok povezanih storitev, izkrivlja konkurenco na notranjem trgu, tudi med ponudniki spletnih in nespletnih storitev, ter od ponudnikov ustreznih storitev zahteva zapletena prizadevanja za zagotavljanje skladnosti in dodatne stroške.
- (9) Te okoliščine ponudnike storitev političnega oglaševanja verjetno odvrtaajo od opravljanja storitev v čezmejnih primerih. To še posebej velja za mikropodjetja in MSP, ki pogosto nimajo sredstev, da bi pokrila visoke stroške zagotavljanja skladnosti, povezane s pripravo, oddajo v razširjanje, **promocijo**, izdajanjem ali razširjanjem političnih oglasov v več kot eni državi članici, ali da bi te stroške prenesla na stranke. To omejuje razpoložljivost storitev in negativno vpliva na možnosti ponudnikov storitev za uvajanje inovacij in ponujanje večmedijskih in večnacionalnih kampanj na notranjem trgu.
- (10) Zato bi bilo treba pri opravljanju storitev političnega oglaševanja zagotoviti dosledno in visoko raven preglednosti političnega oglaševanja po vsej Uniji ter preprečiti razlike, ki ovirajo prosti pretok s tem povezanih storitev na notranjem trgu, in sicer z določitvijo enotnih obveznosti glede preglednosti za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki bodo zagotavljale enotno varstvo pravic posameznikov in nadzor na celotnem notranjem trgu na podlagi člena 114 PDEU.
- (11) Države članice v svojem nacionalnem pravu ne bi smele ohranjati ali vanj uvajati določb **o preglednosti političnega oglaševanja, ki** se razlikujejo od določb iz te uredbe, predvsem strožjih ali manj strogih določb, ki bi povzročile različne ravni preglednosti političnega oglaševanja. Popolna harmonizacija zahtev glede preglednosti, povezanih s političnim oglaševanjem, povečuje pravno varnost in zmanjšuje razdrobljenost obveznosti, ki jih morajo izpolnjevati ponudniki storitev v okviru političnega oglaševanja.

- (12) Popolna harmonizacija zahtev glede preglednosti ne bi smela posegati v svobodo ponudnikov storitev političnega oglaševanja, da prostovoljno zagotovijo dodatne informacije o političnem oglaševanju, **na primer število klikov na specifični politični oglas na spletu**, v okviru svobode izražanja **in obveščanja**, zaščitene na podlagi člena 11 Listine o temeljnih pravicah.
- (13) Ta uredba **je omejena na harmonizacijo pravil o preglednosti ter ciljanju in ojačevanju političnega oglaševanja**. Ne vpliva **niti** [...] na vsebino političnih **oglasov** [...] niti na pravila **Unije ali držav članic**, ki urejajo **vidike, povezane s političnim oglaševanjem, razen tistih, ki so zajeti s to uredbo**. Ta uredba **tako ne spreminja pravil, ki urejajo izvajanje in financiranje političnih kampanj, vključno s splošno prepovedjo ali omejitvami političnega oglaševanja v določenih obdobjih, tj. tako imenovanih obdobjih volilnega molka, donacijami posameznih donatorjev kampanje ali prepovedmi glede uporabe komercialnega oglaševanja za namene volilne kampanje**[...].
- (13a) **Pri uporabi in izvrševanju te uredbe bi bilo treba v skladu z načelom sorazmernosti upoštevati posebne potrebe mikro, malih in srednjih podjetij. Pojem mikro, malih in srednjih podjetij bi bilo treba razumeti v smislu člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU.**

(14) Uredba bi morala določiti harmonizirane zahteve po preglednosti za gospodarske subjekte, ki ponujajo politično oglaševanje in povezane storitve (tj. dejavnosti, ki se običajno opravljajo za plačilo, **ki lahko vključuje prejemek v naravi**); te storitve vključujejo zlasti pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje in razširjanje političnih **oglasov** [...]. Pravila te uredbe, ki zagotavljajo visoko raven preglednosti storitev političnega oglaševanja, temeljijo na členu 114 PDEU. Ta uredba bi morala prav tako obravnavati uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja v kontekstu [...] političnega oglaševanja, **ki temeljijo na** [...] obdelavi osebnih podatkov, **ne glede na to, ali to vključuje storitev**. Pravila te uredbe, ki obravnavajo ciljanje in močno poudarjanje, temeljijo na členu 16 PDEU. Politično oglaševanje, usmerjeno na posameznike v državi članici, bi moralo vključevati oglaševanje, ki ga v celoti pripravijo, oddajo v razširjanje, **promovirajo**, [...] izdajo **ali razširjajo** ponudniki storitev s sedežem zunaj Unije, vendar se razširja posameznikom v Uniji. Pri ugotavljanju, ali je politični oglas usmerjen na posameznike v državi članici, bi bilo treba upoštevati dejavnike, ki ga povezujejo s to državo članico, vključno z jezikom, kontekstom, ciljem oglasa in sredstvi njegovega razširjanja.

(14a) Pri uporabi te uredbe bi bilo treba upoštevati posebnosti medija za izdajo ali razširjanje političnega oglasa, zlasti zaradi prilagoditve načinov za televizijo, radio in časopise, odvisno od primera, v skladu s pravom EU.

(15) Za politično oglaševanje ali politični oglas ne obstaja opredelitev na ravni Unije. Potrebna je skupna opredelitev, da se določi področje uporabe harmonizacije zahtev glede preglednosti ter pravil o ciljanju in močnem poudarjanju. Ta opredelitev bi morala zajemati številne oblike, v katerih se pojavlja politično oglaševanje, ter vsa sredstva in načine izdajanja ali razširjanja v Uniji, ne glede na to, ali se vir nahaja v Uniji ali v tretji državi.

- (16) Opredelitev političnega oglaševanja bi morala vključevati oglaševanje, ki ga neposredno ali posredno *pripravi, odda v razširjanje, promovira*, izda ali razširja politični akter ali kdo drug v njegovem imenu. *Politično oglaševanje je običajno neposredno ali posredno pod nadzorom sponzorja, ki bi lahko bil politični akter in ki bi zlasti lahko določil politično naravo, vsebino ali izdajo političnega oglaševanja, ki se pripravlja, oddaja v razširjanje, promovira, izdaja ali razširja. V nekaterih primerih se lahko zgodi, da ima dejanski končni nadzor nad zadevnimi odločitvami sponzorja drug subjekt, s tem ko zagotovi financiranje ali izvaja druge oblike nadzora, vključno z nadzorom podjetij. Zato bi bilo treba zagotoviti, da standardi preglednosti iz te uredbe zajemajo take primere.* Ker oglasov političnega akterja oziroma oglasov zanj ali v njegovem imenu ni mogoče ločiti od njegove dejavnosti v vlogi političnega akterja, se lahko zanje šteje, da lahko vplivajo na politično razpravo, razen v primeru sporočil, ki so izključno zasebne ali izključno komercialne narave. *Pri ugotavljanju, ali je sporočilo izključno zasebne ali izključno komercialne narave, je treba upoštevati vse pomembne dejavnike, kot so njegova vsebina, jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, vključno z obdobjem razširjanja, cilj sporočila in sredstva, s katerimi se sporočilo promovira, izda ali razširja, ter ciljno občinstvo. Sporočila, namenjena političnemu akterju, ali sporočila v njegovem imenu, ki se promovirajo, izdajajo ali razširjajo potencialno neomejenemu številu tretjih oseb, se ne bi smela šteti za izključno zasebna.*

- (17) Tudi sporočila, ki jih *promovirajo*, izdajajo ali razširjajo drugi akterji in bi lahko vplivala na izid volitev ali referendumov *ali volilno vedenje ali* zakonodajni ali regulativni postopek [...] *na ravni Unije, nacionalni, regionalni, lokalni ravni ali ravni politične stranke, ter so oblikovana* v ta namen, bi bilo treba šteti za politično oglaševanje. *Obstajati bi morala jasna in bistvena povezava med sporočilom in njegovim morebitnim vplivom na izid volitev ali referendumov, zakonodajnega ali regulativnega postopka ali volilno vedenje.* Da bi lahko določili *obstoje takšne povezave*, [...] bi bilo treba upoštevati vse relevantne dejavnike, kot so *sponzor sporočila*, vsebina sporočila, jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, *vključno z obdobjem razširjanja, kot so obdobja volitev*, cilj sporočila, [...] sredstva, s katerimi se sporočilo *promovira*, izda ali razširja, *in ciljno občinstvo*. Sporočila o družbenih ali spornih vprašanjih (*t. i. „tematski oglasi“*) lahko [...] vplivajo *in so zasnovana* tako, da vplivajo na izid volitev ali referendumov, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje.
- (18) *V interesu učinkovitega komuniciranja s splošno javnostjo obveščanje javnosti s strani ali v imenu katerega koli javnega organa države članice, vključno s člani vlade, na primer s sporočili za javnost ali konferencami, s katerimi se napovedujejo zakonodajne ali regulativne pobude in pojasnjuje politična izbira, na kateri temeljijo take pobude, ne bi smelo pomeniti političnega oglaševanja, če ni zasnovano z namenom vplivanja na izid volitev ali referendumov, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek. Podobno se tudi praktične informacije iz uradnih virov držav članic ali Unije o izključno organizaciji volitev in referendumov ter o načinih udeležbe na njih, vključno s kandidaturami ali predmetom vprašanja, o katerem se odloča na referendumu, ne bi smele šteti za politično oglaševanje.*

- (18a) *Ta uredba se ne bi smela uporabljati, kadar je določen javni prostor za predstavitev kandidatov izrecno opredeljen z zakonom in dodeljen brezplačno, na primer z dodelitvijo prostora za takšno predstavitev v občinah in drugih javnih prostorih ali z določenim oddajnim časom na televiziji, če se to izvede pravično in nediskriminatorno ter na podlagi preglednih in objektivnih meril.*
- (19) Ta uredba ne bi smela zajemati političnih *mnenj*, [...] izraženih *v okviru uredniške odgovornosti v katerem koli mediju, kar med drugim vključuje* programe avdiovizualnih *medijskih storitev v smislu člena 1(1)(a) Direktive 2010/13/EU, v linearnih in nelinearnih radijskih oddajah* [...], [...] izdanih v tiskanih *ali spletnih* medijih, *razen če je za izraženo politično mnenje ali v povezavi z njegovim izražanjem zagotovljeno posebno plačilo* [...].
- (20) Za namene te uredbe bi bilo treba volitve razumeti kot volitve v Evropski parlament, vse volitve ali referendumne, organizirane na nacionalni, regionalni in lokalni ravni v državah članicah, ter volitve za izvolitev vodstva političnih strank. Drugih oblik volitev, kot so *strokovno ali* zasebno organizirana glasovanja, ta uredba ne bi smela zajemati.
- (21) Politični oglas je treba opredeliti kot posamezni primer političnega oglaševanja. Oglasi vključujejo sredstva, s katerimi se oglaševalsko sporočilo posreduje, vključno s tiskom, radiodifuzijskimi mediji in storitvami spletnih platform.
- (22) Politični akterji v smislu te uredbe bi morali pomeniti koncepte, opredeljene v pravu Unije in nacionalnem pravu v skladu z mednarodnimi pravnimi instrumenti, kot so instrumenti Sveta Evrope. Pojem političnih [...] *akterjev* bi moral vključevati [...] povezane in odvisne subjekte *politične stranke* s pravno osebnostjo ali brez nje, ki so bili ustanovljeni, da bi *jo* podpirali [...] ali uresničevali [...] *njene* cilje, na primer s sodelovanjem s posebno skupino volivcev, ali za posebne volilne namene.

- (23) Koncept političnih akterjev bi moral vključevati tudi **kandidate za katero koli voljeno funkcijo** [...] in člane vlad **držav članic** na [...], nacionalni, regionalni ali lokalni ravni **ali člane institucij Unije, razen Sodišča Evropske unije, Evropske centralne banke in Računskega sodišča**. [...].
- (24) Kampanja političnega oglaševanja bi se morala nanašati na pripravo, **oddajo v razširjanje, promoviranje**, izdajanje in razširjanje niza povezanih oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva in financiranja. [...].
- (25) Opredelitev političnega oglaševanja ne bi smela vplivati na nacionalne opredelitve političnih strank, političnih ciljev ali [...] kampanj, **niti spreminjati pravil o kampanji** na nacionalni ravni **oziroma posegati vanje**.
- (25a) Opredelitev političnega akterja ne posega v nacionalna pravila o tem, kdo lahko vodi politično kampanjo, in od držav članic se ne bi smelo zahtevati, da taka pravila opredelijo.**
- (26) Da bi se zajel širok nabor relevantnih ponudnikov storitev, povezanih s storitvami političnega oglaševanja, bi bilo treba ponudnike storitev političnega oglaševanja razumeti kot ponudnike, ki sodelujejo v pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdajanju **ali** [...] razširjanju političnega **oglasa** [...]. **Ponudniki, ki zagotavljajo izključno pomožne storitve v zvezi s storitvami političnega oglaševanja, se ne bi smeli šteti za ponudnike storitev političnega oglaševanja v smislu te uredbe. Pomožne storitve so storitve, ki so običajno odvisne od storitve političnega oglaševanja in jo dopolnjujejo, vendar nimajo neposrednega vpliva na vsebino ali predstavitev političnega oglasa niti neposrednega nadzora nad njegovo pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanjem ali razširjanjem. Take storitve vključujejo na primer poštno storitve, storitve tiskanja, grafično, zvočno ali fotografsko oblikovanje, storitve „izključnega prenosa“, „predpomnjenja“ in „računalništva v oblaku“ v smislu Uredbe (EU) 2022/xxx [akt o digitalnih storitvah].**

- (26a) *Izdajatelje političnega oglaševanja bi bilo treba razumeti kot ponudnike storitev političnega oglaševanja, običajno na koncu verige ponudnikov storitev, ki izdajajo in razširjajo politične oglase z radiodifuzijo, jih dajejo na voljo prek vmesnika ali jih kako drugače dajejo v javno domeno.*
- (26b) *Sponsorja bi bilo treba razumeti kot osebo ali subjekt, v imenu katerega se politični oglas pripravlja, oddaja v razširjanje, promovira, izdaja ali razširja, kot je na primer posamezni kandidat na volitvah, registrirana tretja oseba ali politična stranka, in ki je običajno oseba ali subjekt, ki zagotavlja plačilo v zameno za storitve političnega oglaševanja.*
- (27) Pojem storitev političnega oglaševanja ne bi smel vključevati sporočil, ki jih posamezniki delijo zgolj v svojem imenu. *Vendar če* posamezniki objavljajo sporočila, za katerih razširjanje ali izdajo plača [...] *tretja oseba*, se ne bi smelo šteti, da delujejo v svojem imenu.
- (28) Ko *sponsor izjavi, da je oglaševanje* [...] politično [...], bi bilo treba to jasno sporočiti drugim ponudnikom storitev, ki sodelujejo v storitvah političnega oglaševanja. *Sponsor bi moral biti pri tej izjavi iskren.* Poleg tega bi moralo biti tudi nadaljnje razširjanje [...] *oglaševanja*, potem ko je bilo to opredeljeno kot politično [...], v skladu z zahtevami glede preglednosti. Tudi ko si ljudje na primer med seboj spontano delijo [...] *politični oglas, kot je opredeljen v tej uredbi*, bi moralo biti oglaševanje še vedno označeno kot politično oglaševanje. *V okviru pogodbe bi se morala v primeru, da se ne deluje v dobri veri, sprožiti pogodbeno odgovornost.*

- (28a) Glede na pomen zagotavljanja predvsem učinkovitosti zahtev glede preglednosti bi morali sponzorji in ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki delujejo v imenu sponzorjev, v dobri veri nemudoma posredovati popolne in natančne zadevne informacije, da bi drugim ponudnikom storitev političnega oglaševanja v verigi omogočili izpolnjevanje zahtev iz te uredbe. Če je izdajatelj političnega oglaševanja edini ponudnik storitev političnega oglaševanja, bi moral sponzor zadevne informacije sporočiti izdajatelju političnega oglaševanja. Če je izjava ali informacija očitno napačna, bi morali ponudniki oglaševalskih storitev od sponzorjev in ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahtevati, da to izjavo popravijo.*
- (28b) Izjava ali informacija bi se morala šteti za očitno napačno, če je to razvidno iz vsebine oglasa, identitete sponzorja ali okoliščin, v katerih se zadevna storitev opravlja, brez nadaljnjih preverjanj ali postopkov za ugotavljanje dejstev.*
- (29) Pravila o preglednosti, določena v tej uredbi, bi bilo treba uporabljati samo za storitve političnega oglaševanja, tj. politično oglaševanje, ki se običajno opravi za plačilo, ki lahko vključuje prejemek v naravi. Zahteve glede preglednosti se ne bi smele uporabljati za vsebine, ki jih naloži uporabnik spletne posredniške storitve, kot je spletna platforma, in ki jih spletna posredniška storitev razširja brez plačila za oddajo v razširjanje, izdajanje ali razširjanje določenega sporočila, razen če je uporabnik za politični oglas prejel plačilo od tretje osebe.
- (30) Zahteve glede preglednosti se prav tako ne bi smele uporabljati za deljenje informacij prek elektronskih komunikacijskih storitev, kot so storitve elektronskih sporočil ali telefonski klici, če ni vključena nobena storitev političnega oglaševanja.

- (31) Svoboda izražanja **in obveščanja**, zaščiten s členom 11 Listine o temeljnih pravicah, zajema pravico posameznika do političnega mnenja, sprejemanja in širjenja političnih informacij ter izmenjave političnih idej. Vsaka omejitev **te svoboščine** [...] mora biti v skladu s členom 52 Listine o temeljnih pravicah. [...] **Ta** svoboščina je lahko predmet sprememb in omejitev, če take spremembe in omejitve upravičuje zasledovanje legitimnega javnega interesa in če so v skladu s splošnimi načeli prava EU, kot sta sorazmernost in pravna varnost. To med drugim velja, če se politične ideje sporočajo prek ponudnikov oglaševalskih storitev.
- (31a) Ta uredba od držav članic ne bi smela zahtevati, da sprejmejo ukrepe, ki so v nasprotju s temeljnimi načeli v zvezi s svobodo izražanja, zlasti svobodo tiska in svobodo izražanja v drugih medijih, kakor izhajajo iz ustavnih tradicij, ali s pravili, ki urejajo pravice in odgovornosti tiska ali drugih medijev in postopkovna jamstva zanje, kadar so ta pravila povezana z določitvijo ali omejitvijo odgovornosti.**
- (32) Kar zadeva spletne posrednike, se Uredba (EU) 202[...]/XX [akt o digitalnih storitvah] uporablja za politične oglase, ki jih izdajo ali razširjajo spletni posredniki, prek horizontalnih pravil, ki se uporabljajo za vse vrste spletnega oglaševanja, vključno s komercialnimi in političnimi oglasi. Na podlagi opredelitve političnega oglaševanja iz te uredbe je primerno določiti dodatne podrobnosti o zahtevah glede preglednosti za izdajatelje oglasov, ki spadajo na področje uporabe Uredbe (EU) 2022[...]/XX [akt o digitalnih storitvah], predvsem za zelo velike **spletne** platforme. To zadeva predvsem informacije v zvezi s financiranjem političnih oglasov. Zahteve iz te uredbe ne posegajo v določbe akta o digitalnih storitvah, tudi kar zadeva oceno tveganja in ukrepe za zmanjšanje tveganja za zelo velike spletne platforme v zvezi z njihovimi oglaševalskimi sistemi.

- (33) Priprava, oddaja v razširjanje, promocija, izdajanje in razširjanje političnih **oglasov** [...] lahko vključujejo zapleteno verigo ponudnikov storitev. To velja predvsem, kadar izbiro vsebine oglasa, izbiro meril ciljanja **in močnega poudarjanja**, zagotavljanje podatkov, ki se uporabijo za ciljanje **in močno poudarjanje** z oglasom, zagotavljanje tehnik ciljanja **in močnega poudarjanja**, izdelavo oglasa in njegovo razširjanje nadzorujejo različni ponudniki storitev. Avtomatizirane storitve lahko na primer podpirajo ujemanje profila uporabnika vmesnika z zagotovljeno oglaševalsko vsebino tako, da uporabijo osebne podatke, pridobljene neposredno od uporabnika storitve in na podlagi uporabnikovega spletnega vedenja, ter izpeljane podatke.
- (34) Glede na pomen učinkovitega izpolnjevanja zahtev glede preglednosti, med drugim s poenostavitvijo njihovega nadzora, bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotoviti, da so ustrezne informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, vključno z navedbo, da gre za politični oglas, **popolne in točne ter** se sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja, ki politični oglas izda za javnost. Da bi se podprla učinkovito izvajanje te zahteve ter pravočasno in točno zagotavljanje teh informacij, bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja **te informacije posredovati hkrati z zagotavljanjem zadevne storitve ter** razmisliti o avtomatizaciji prenosa informacij med ponudniki storitev političnega oglaševanja in tako avtomatizacijo podpreti. **Kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja ugotovi, da so bile informacije, ki jih je posredoval, posodobljene, bi moral zagotoviti, da se te posodobljene informacije sporočijo zadevnemu izdajatelju političnega oglaševanja.**
- (34a) **Veljati bi moralo, da ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo, da bi bilo treba informacije posodobiti, ko sponzor ali ponudnik storitev, ki deluje v njegovem imenu, obvesti ponudnika storitev političnega oglaševanja o zadevni spremembi. Izdajatelj političnega oglaševanja lahko takšno potrebo po posodobitvi ugotovi tudi na podlagi mehanizma prijave iz te uredbe.**

- (34b) Če ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo očitno napako, netočnost ali nepopolnost sporočenih informacij, bi si morali razumno prizadevati za odpravo take očitne napake, netočnosti ali nepopolnosti, zlasti s potrditvijo informacij, ki jih zagotovi ponudnik storitev političnega oglaševanja ali po potrebi sam sponzor. To ne bi smelo pomeniti splošne obveznosti za ponudnika storitev političnega oglaševanja, da spremlja resničnost izjav o politični naravi oglasov ali da izvaja pretirane ali drage dejavnosti za ugotavljanje dejstev. Razumna prizadevanja se lahko po potrebi odražajo tudi v pogodbenih dogovorih med ponudniki storitev političnega oglaševanja in po potrebi s sponzorjem. Pogodbeni dogovori med ponudniki storitev in sponzorji bi morali omogočati prenos informacij med izdajateljem in sponzorjem, na primer v primeru manjkajočih informacij ali prekinitve političnega oglaševanja.*
- (34c) Razumna prizadevanja bi morala vključevati skrbne in objektivne ukrepe, kot je vzpostavitev stika s sponzorjem ali ponudnikom zadevnih storitev političnega oglaševanja, da se dopolnijo ali popravijo informacije. Upoštevati bi bilo treba naravo in pomen napačnih ali manjkajočih informacij v zvezi z zahtevami iz te uredbe.*
- (35) Kadar zaradi umetne komercialne ali pogodbene konstrukcije obstaja tveganje, da se učinkovitost obveznosti glede preglednosti iz *te* [...] uredbe zaobide, bi se morale te obveznosti uporabljati za subjekte, ki dejansko zagotavljajo oglaševalsko storitev.
- (36) [...]

- (37) Čeprav ta uredba določa posebne zahteve, se nobena od v njej določenih obveznosti ne bi smela razumeti, kot da se ponudnikom posredniških storitev nalaga splošna obveznost spremljanja političnih vsebin, ki si jih izmenjujejo fizične ali pravne osebe, niti splošna obveznost, da sprejmejo proaktivne ukrepe v zvezi z nezakonitimi vsebinami ali vsebinami, povezanimi z nezakonitimi dejavnostmi, ki jih navedeni ponudniki prenašajo ali shranjujejo.
- (38) Preglednost političnega oglaševanja bi morala državljanom omogočiti, da politični oglas prepoznajo kot tak. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali zagotoviti, da se [...] **skupaj** z vsakim političnim oglasom objavi jasna izjava, da gre za politični oglas, in navede njegov sponzor. Kadar je primerno, bi lahko ime sponzorja vključevalo politični logotip. ***Vsak politični oglas bi se moral, kjer je ustrezno, dati na voljo skupaj z izjavo, da je bil politični oglas ciljan ali ojačan.*** Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali uporabljati označevanje, ki je učinkovito ter upošteva razvoj v zadevnih znanstvenih raziskavah in dobre prakse v zvezi z uporabo označevanja oglasov za zagotavljanje preglednosti. ***Predstavitev izjave in ime sponzorja se lahko razlikujeta glede na uporabljena sredstva. Za radiodifuzijske storitve bi se izjava na primer lahko uporabila pred oglasom ali po njem.*** Izdajatelji ***političnega oglaševanja*** bi morali tudi zagotoviti, da se [...] **skupaj** z vsakim političnim oglasom objavijo informacije, ki omogočajo razumevanje širšega konteksta in namena političnega oglasa ter ki so lahko vključene v sam oglas ali pa jih izdajatelj objavi na svojem spletnem mestu, dostopnem prek povezave, ***hitroodzivne kode (ali kode QR)*** ali enakovredne in uporabniku prijazne usmeritve, vključene v oglas.

(39) Te informacije bi bilo treba navesti v obvestilu o preglednosti, v katerem bi morala biti navedena tudi identiteta sponzorja in ***po potrebi subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem***, kar bi podpiralo odgovornost v političnem procesu. Jasno bi bilo treba navesti kraj sedeža sponzorja in ali je sponzor fizična ali pravna oseba. Osebni podatki v zvezi s posamezniki, ki sodelujejo v političnem oglaševanju in niso povezani s sponzorjem ali drugim vpletenim političnim akterjem, se v obvestilu o preglednosti ne bi smeli navesti. Obvestilo o preglednosti bi moralo vsebovati tudi informacije o obdobju razširjanja, morebitnih povezanih volitvah, porabljenem znesku in vrednosti drugih koristi, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za določen oglas ter za celotno oglaševalsko kampanjo, virih uporabljenega financiranja in druge informacije za zagotovitev poštenega razširjanja političnega oglasa. Informacije o viru uporabljenega financiranja pomenijo na primer navedbo, ali je financiranje javnega ali zasebnega izvora ***in*** ali izvira iz Evropske unije ali tretje države. Informacije o povezanih volitvah ali referendumih bi morale po možnosti vključevati povezavo na informacije iz uradnih virov glede organizacije volitev ali referendumov in načinov udeležbe na njih ali za spodbujanje udeležbe na teh volitvah ali referendumih. ***Obvestilo o preglednosti bi moralo biti na voljo takoj, ko je oglaševanje izdano ali razširjeno, informacije v njem pa bi bilo treba ustrezno posodabljati.*** Obvestilo o preglednosti bi moralo vključevati tudi informacije o tem, kako označiti politične oglase v skladu s postopkom, ki ga določa ta uredba. Ta zahteva ne bi smela posegati v določbe o obvestilu na podlagi členov 14, 15 in 19 Uredbe (EU) 2022[...]XXX [akt o digitalnih storitvah]. ***Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi si morali po najboljših močeh prizadevati za popolnost in točnost informacij, ki jih zagotavljajo.***

- (40) Informacije, ki jih mora vključevati obvestilo o preglednosti, bi morale biti navedene v samem oglasu ali bi morale biti zlahka dostopne na podlagi usmeritve, ki je del oglasa. ***Predstavitev informacij se lahko razlikuje glede na uporabljena sredstva. Za enostaven dostop do informacij v obvestilu o preglednosti v nespletnem oglasu bi lahko uporabili na primer namensko spletno povezavo, hitroodzivno kodo (ali kodo QR) ali enakovredne uporabniku prijazne tehnične ukrepe.*** Zahteva, da morajo biti informacije iz obvestila o preglednosti med drugim jasno opazne, bi morala pomeniti, da so jasno poudarjene v ali ob oglasu. Zahteva, da morajo biti informacije, objavljene v obvestilu o preglednosti, lahko dostopne, strojno berljive, če je to tehnično izvedljivo, ter uporabniku prijazne, bi se morala nanašati tudi na potrebe invalidov. Priloga I k Direktivi (EU) 2019/882 (evropski akt o dostopnosti) vsebuje zahteve glede dostopnosti informacij, vključno z digitalnimi informacijami, ki bi se morale uporabljati za to, da bi bile informacije o političnem oglaševanju dostopne invalidom.
- (41) Obvestila o preglednosti bi morala biti zasnovana tako, da bi pripomogla k ozaveščanju uporabnika in k jasnemu prepoznavanju političnega oglasa kot takega. Oblikovana bi morala biti tako, da se ohranijo, ***če je tehnično to mogoče***, oziroma ostanejo dostopna, tudi če se politični oglas razširja naprej, na primer tako, da se izda na drugi platformi ali da si ga posamezniki posredujejo med seboj. Informacije, navedene v obvestilu o preglednosti, bi bilo treba objaviti ob začetku izdajanja političnih oglasov ***in do konca njihovega izdajanja [...]. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali hraniti svoja obvestila o preglednosti in jih na zahtevo dati na voljo skupaj z morebitnimi spremembami pet let po zadnji izdaji.*** Hranjene informacije bi morale vključevati tudi informacije o političnem oglaševanju, ki se je zaključilo ali ki ga je izdajatelj umaknil. ***Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki niso zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2022/XXX [akt o digitalnih storitvah], bi morali imeti možnost, da določijo obliko za hrambo teh informacij.***

- (42) Ker izdajatelj političnega oglaševanja dajejo politične oglase na voljo javnosti, bi morali navedene informacije objaviti ali razširjati v javnosti ob izdaji ali razširjanju političnega oglasa. ***Kadar izdajatelj političnega oglaševanja na kakršen koli način ugotovi, da politično oglaševanje ne izpolnjuje zahtev glede preglednosti iz te uredbe, na primer po posamezni prijavi, bi si moral razumno prizadevati za izpolnitev zahtev iz te uredbe. Kadar informacij brez nepotrebnega odlašanja ni mogoče [...] dopolniti ali popraviti, izdajatelj političnih oglasov ne bi smeli dati na voljo ali bi morali prenehati izdajati ali razširjati v javnosti politične oglase, ki ne izpolnjujejo zahtev glede preglednosti iz te uredbe. V takem primeru bi morali izdajatelj političnega oglaševanja zadevne ponudnike storitev političnega oglaševanja in po potrebi sponzorja obvestiti o razumnih ukrepih, sprejetih za izpolnitev zahtev iz te uredbe. Izdajatelj bi moral obvestiti sponzorja ali ponudnika storitev, ki deluje v imenu sponzorja, če politični oglas, ki ga sponzorira, ni dan na voljo ali se preneha razširjati.***
- (42a) ***Če sponzor ali ponudnik storitev političnega oglaševanja ugotovi, da so informacije, ki so bile posredovane izdajatelju političnega oglaševanja ali jih je ta izdal, nepopolne ali netočne, bi moral brez nepotrebnega odlašanja vzpostaviti stik z zadevnim izdajateljem političnega oglaševanja in mu po potrebi posredovati dopolnjene ali popravljene informacije.***
- (42b) ***Pogodbeni dogovori lahko vključujejo klavzulo, ki omogoča zaračunavanje razumne pristojbine za ukrepe, sprejete za popravek ali dopolnitev informacij.***
- (42c) ***Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali pri izpolnjevanju svojih obveznosti na podlagi te uredbe ravnati nepristransko in ob ustreznem upoštevanju temeljnih pravic ter drugih pravic in legitimnih interesov. Zlasti bi morali ustrezno upoštevati svobodo izražanja in dostopa do informacij, vključno s svobodo in pluralnostjo medijev.***

(42d) Poleg tega bi morali izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 202[...]/XXX [akt o digitalnih storitvah], **zagotoviti, da se za vsak politični oglas nemudoma dajo** na voljo informacije, ki jih vsebuje obvestilo o preglednosti, [...] v odložiščih izdanih oglasov v skladu s členom 39 [...] navedene uredbe [akt o digitalnih storitvah]. **Te informacije bi bilo treba posodablјati in zagotavljati v skladu z dogovorjenim panožnim standardom za dostopnost, strukturo podatkov in dostop prek skupnega javno dostopnega vmesnika za aplikacijsko programiranje. Primerno je zagotoviti dodatno podrobnost zahtev glede preglednosti, določenih za repozitorije iz člena 39 Uredbe (EU) 2021/XX [akt o digitalnih storitvah]. To se nanaša predvsem na informacije o odstranjenem političnem oglasu in razlogu za njegov umik, zlasti informacije o primerih, ko so bili politični oglasi napačno označeni ali se je z njimi nezakonito ciljalo na prejemnike. Poleg tega lahko zelo velike spletne platforme objavijo druge informacije v zvezi z vplivom oglasa, vključno z informacijami o številu klikov. Druge ponudnike storitev političnega oglaševanja bi bilo treba spodbujati, da vzpostavijo podobna odložišča političnih oglasov.** To bo olajšalo delo zainteresiranih akterjev, tudi raziskovalcev, ki imajo posebno vlogo pri podpiranju svobodnih in poštenih volitev ali referendumov ter poštenih volilnih kampanj, med drugim s tem, da preučujejo sponzorje političnih oglasov in analizirajo okolje političnega oglaševanja.

(43) Kadar je ponudnik storitve političnega oglaševanja, ki gosti ali drugače shranjuje in zagotavlja vsebino političnega oglasa, ločen od ponudnika storitve političnega oglaševanja, ki nadzoruje spletno mesto ali drug vmesnik, na katerem se politični oglas [...] **objavi**, bi se morala oba ponudnika skupaj šteti kot izdajatelja, pri čemer je vsak od njiju odgovoren za posebno storitev, ki jo opravlja, tako da se zagotovi, da so oglasi označeni in da so na voljo obvestilo o preglednosti in ustrezne informacije. Njihovi pogodbeni dogovori bi morali **omogočati** [...] skladnost s to uredbo.

- (44) Informacije o porabljenih zneskih in vrednosti drugih koristi, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za storitve političnega oglaševanja, lahko koristno prispevajo k politični razpravi. Treba je zagotoviti, da je iz letnih poročil, ki jih pripravijo zadevni **ponudniki storitev** [...] političnega oglaševanja, razviden ustrezen pregled dejavnosti političnega oglaševanja. Da se podpreta nadzor in odgovornost, bi morale tako poročanje vključevati informacije o izdatkih za ciljanje **ali ojačevanje** političnega oglaševanja v zadevnem obdobju, združenih glede na kampanjo ali kandidata. Da se prepreči nalaganje nesorazmernih bremen, se navedene obveznosti poročanja o preglednosti ne bi smele uporabljati za podjetja iz člena 3, **odstavki 1 do 3**, [...] Direktive 2013/34/EU.
- (45) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki opravljajo storitve političnega oglaševanja, bi morali vzpostaviti mehanizme, s katerimi bi **fizičnim ali pravnim osebam** [...] omogočili, da jim prijavijo določen oglas, ki so ga izdali in ki ni v skladu s to uredbo. Mehanizmi za prijavo takih oglasov bi morali biti lahko dostopni in preprosti za uporabo ter bi morali biti prilagojeni obliki oglaševanja, ki ga izdajatelj oglaševanja razširja. Kolikor je mogoče, bi morali biti ti mehanizmi dostopni iz samega oglasa, na primer na spletnem mestu izdajatelja oglaševanja. **Po potrebi bi morali izdajatelji političnega oglaševanja uvesti tehnične ukrepe za zagotavljanje minimalnih varnostnih standardov informacijske tehnologije, vključno z ukrepi za zaščito pred samodejno prijavo.** Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali imeti možnost, da po potrebi uporabijo obstoječe mehanizme. **Na primer, kadar** [...] so izdajatelji političnega oglaševanja ponudniki spletnih storitev gostovanja v smislu akta o digitalnih storitvah, **lahko za obvestila o neskladnosti političnih oglasov, ki jih gostijo na zahtevo prejemnikov svojih storitev, s to uredbo uporabijo mehanizem prijave, ki so ga vzpostavili na podlagi člena 14 akta o digitalnih storitvah.** [...]

- (45a) Izdajatelji političnega oglaševanja lahko določijo posebne obrazce za mehanizme prijave na podlagi te uredbe, ki zahtevajo izpolnitev podatkovnih polj, kot so informacije, ki omogočajo identifikacijo domnevno neskladnega oglasa, pojasnitev razlogov, zakaj je prijava utemeljena, ime in elektronski naslov fizične ali pravne osebe, ki poda prijavo, ter izjava, ki potrjuje, da je oseba v dobri veri prepričana, da so informacije v prijavi točne.*
- (45b) Izdajatelji političnega oglaševanja bi si morali razumno prizadevati za skrbno in objektivno obravnavo prijav, prejetih na podlagi te uredbe. Če prijava vsebuje dovolj informacij, da lahko skrben izdajatelj političnega oglaševanja brez podrobnega pregleda ugotovi, da informacija manjka ali je netočna, bi se moralo šteti, da je izdajatelj političnega oglaševanja ugotovil netočnost ali nepopolnost, in bi moral brez nepotrebnega odlašanja stopiti v stik z zadevnimi ponudniki storitev in po potrebi s sponzorjem. Izdajatelj političnega oglaševanja bi moral vsaj na zahtevo obvestiti osebe, ki so podale prijavo, o nadaljnjem ukrepanju na podlagi te prijave.*
- (45c) Da se zagotovi učinkovitost zahtev glede preglednosti med volitvami ali referendumom, bi morali izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2022/XXX [akt o digitalnih storitvah], v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom v 48 urah obravnavati vse prejete prijave o oglasih, povezanih s temi [...] volitvami ali referendumom, in sicer tako, da stopijo v stik s ponudniki zadevnih [...] storitev političnega oglaševanja in po potrebi s sponzorjem.*
- (45d) Vsak ukrep izdajatelja političnega oglaševanja bi moral biti strogo ciljno usmerjen, tako da bi bil namenjen predvsem popraviljanju in dopolnitvi potrebnih informacij in le kot izhod v sili odstranitvi določenih informacij, ki niso v skladu s to uredbo, ob ustreznem upoštevanju svobode izražanja in obveščanja ter drugih temeljnih pravic.*

- (46) Da bi se specifičnim subjektom omogočilo opravljanje njihovih vlog v demokraciji, je primerno določiti pravila o predložitvi informacij, objavljenih skupaj s političnim oglasom ali vsebovanih v obvestilu o preglednosti, zainteresiranim akterjem, kot so preverjeni raziskovalci, novinarji, organizacije civilne družbe in [...] **priznani** opazovalci volitev, da se podprejo pri izvajanju njihovih vlog v demokratičnem procesu. Od ponudnikov storitev političnega oglaševanja se ne bi smelo zahtevati, da se odzivajo na zahteve, ki so očitno neutemeljene, **nejasne** ali pretirane. Poleg tega bi bilo treba zadevnemu ponudniku storitev dovoliti, da v primeru [...] dragih zahtev zaračuna razumno pristojbino, pri čemer se upoštevajo upravni stroški zagotavljanja informacij.

(47) Osebni podatki, pridobljeni neposredno od posameznikov ali posredno, kot v primeru izvedenih podatkov, pri čemer se posamezniki združujejo v skupine glede na njihove domnevne interese ali njihovo dejavnost na spletu, vedenjsko profiliranje in druge analitske tehnike se vse pogosteje uporabljajo za ciljanje političnih sporočil na skupine ali posamezne volivce ali posameznike in za ojačevanje učinka teh sporočil. Na podlagi obdelave osebnih podatkov, predvsem **posebnih kategorij osebnih** podatkov [...] v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta³ in Uredbo (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta⁴, se lahko različne skupine volivcev ali posameznikov segmentirajo in njihove značilnosti ali ranljivosti izkoriščajo, na primer z razširjanjem oglasov ob določenem času in na določenih krajih z namenom, da se izkoristijo okoliščine, zaradi katerih bi lahko bili dovzetnejši za določeno vrsto informacij oziroma sporočil. To ima specifične in škodljive posledice za temeljne pravice in svoboščine državljanov, kar zadeva obdelavo njihovih osebnih podatkov ter njihovo svobodo, da prejemajo objektivne informacije, si oblikujejo lastno mnenje, sprejemajo politične odločitve in uveljavljajo svojo volilno pravico. To negativno vpliva na demokratični proces. Določiti bi bilo treba dodatne omejitve in pogoje glede na Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2018/1725. V tej uredbi določeni pogoji glede uporabe tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja, bi morali temeljiti na členu 16 PDEU.

³ Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov) (UL L 119, 4.5.2016, str. 1).

⁴ Uredba (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. oktobra 2018 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov v institucijah, organih, uradih in agencijah Unije in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Uredbe (ES) št. 45/2001 in Sklepa št. 1247/2002/ES (UL L 295, 21.11.2018, str. 39).

- (48) Tehnike ciljanja in ojačevanja v kontekstu političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo **posebnih kategorij** podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, bi zato morale biti prepovedane. Uporaba takih tehnik bi morala biti dovoljena le upravljavcem ali tistemu, ki deluje v **njihovem** [...] imenu, na podlagi izrecne privolitve posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, ali ko jo med zakonitimi dejavnostmi z ustreznimi zaščitnimi ukrepi izvaja ustanova, združenje ali katero koli drugo neprofitno telo s političnim, filozofskim, verskim ali sindikalnim ciljem in pod pogojem, da se obdelava nanaša samo na člane ali nekdanje člane telesa ali na osebe, ki so v rednem stiku z njim v zvezi z njegovimi nameni, ter da se osebni podatki ne posredujejo zunaj tega telesa brez privolitve posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki. To bi morali spremljati **dodatni** [...] zaščitni ukrepi. Privolitev bi se morala razumeti v smislu Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725. [...] Pri uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja za izdajanje, promoviranje ali razširjanje političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, se ne bi smelo biti mogoče sklicevati na izjeme iz člena 9(2), točke (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) in (j) Uredbe (EU) 2016/679, oziroma člena 10(2), točke (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) in (j) Uredbe (EU) 2018/1725. **Ta uredba ne vpliva na uporabo drugih določb uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725, vključno s tistimi, ki se nanašajo na dajanje in preklic privolitve, avtomatizirano sprejemanje posameznih odločitev, vključno z oblikovanjem profilov, in pravico do ugovora. Za namene izvajanja zahtev iz te uredbe bi se izrecna privolitev v smislu uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 morala dati ločeno in posebej za namene političnega oglaševanja. Upravljavci bi morali v skladu s pravom Unije zagotoviti, da na sprejemanje posameznih odločitev ne vplivajo temni vzorci, ki izkrivljajo ali ovirajo samostojno in informirano odločanje, vključno z vnaprej označenimi okenci ter drugimi pristranskimi in nepreglednimi tehnikami, ki posameznike spodbujajo k določenim odločitvam, ki jih sicer morda ne bi sprejeli. Zlasti bi moral biti mehanizem za zbiranje odločitev posameznikov jasen in enostaven za uporabo, pri čemer namen relativne vidnosti alternativ ne bi smel biti vplivanje na posameznikovo odločitev. Informacije, ki se v zvezi s tem zagotovijo posameznikom, bi morale biti jedrnate in napisane v preprostem in razumljivem jeziku ter zlahka, vidno in neposredno dostopne.**
- (48a) **Notranja komunikacija politične stranke svojim članom se ne bi smela šteti kot uporaba tehnik ciljanja v okviru političnega oglaševanja, če je taka komunikacija omejena na člane stranke in temelji na osebnih podatkih, ki jih ti člani izrecno zagotovijo v ta namen.**

(48b) Posebej ranljiva skupina, ki jo je mogoče izkoristiti z zlorabo tehnik ciljanja in ojačevanja, so zelo mladi. Čeprav ti posamezniki še nimajo volilne pravice, se lahko nanje posebej cilja zato, da bi vplivali na razpravo. Prepovedati bi bilo treba tehnike ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov posameznika, za katerega je z razumno gotovostjo znano, da je vsaj eno leto mlajši od volilne starosti, določene z nacionalnimi pravili v kontekstu političnega oglaševanja.

- (49) Da bi se v kontekstu političnega oglaševanja zagotovila večja preglednost in odgovornost, ***ne glede na to, ali politično oglaševanje vključuje storitev ali ne***, bi bilo treba pri uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, ***ki ni prepovedana z Uredbo, uvesti dodatne zaščitne ukrepe. Take dodatne zahteve glede preglednosti in odgovornosti bi se morale na eni strani uporabljati za obdelavo, ki vključuje posebne kategorije podatkov, kadar je posameznik, na katerega se nanašajo osebni podatki, dal izrecno privolitev ali kadar se obdelava izvaja v okviru njegovih zakonitih dejavnosti, kot je navedeno v členu 9(2)(a) in (d) Uredbe (EU) 2016/679 ter členu 10(2)(a) in (d) Uredbe (EU) 2018/1725, ter, na drugi strani, za obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja, ki ne vključuje posebnih kategorij podatkov. Te dodatne zahteve bi morale dopolnjevati obstoječe zaščitne ukrepe, vključno s tistimi v zvezi z avtomatiziranim sprejemanjem odločitev v skladu s členom 22 Uredbe (EU) 2016/679 in členom 24 Uredbe (EU) 2018/1725. [...] Upravljalci [...] bi morali sprejeti, [...] izvajati in objaviti politiko, ki opisuje, [...] kako se uporabljajo takšne tehnike [...], in hraniti evidenco svojih zadevnih dejavnosti. Pri izdajanju, promociji ali razširjanju političnega oglasa ob uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja bi upravljalci morali skupaj s političnimi oglasi zagotoviti relevantne informacije, ki bi zadevnemu posamezniku omogočale, da razume razloge za uporabljeno ciljanje in njegove glavne parametre ter da lahko ugotovi, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike, vključno s tem, ali je bilo ciljanje oglasa med izvajanjem dodatno optimizirano.***
- (50) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki uporabljajo tehnike ciljanja in ojačevanja, bi morali v svoje obvestilo za preglednost vključiti informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel logiko uporabljene tehnike in njene glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike. [...]

- (50a) *Zahteve glede preglednosti in odgovornosti bi se morale uporabljati za vse upravljavce, ne glede na to, ali upravljavec deluje v svojem imenu, skupaj s ponudnikom storitev političnega oglaševanja ali je hkrati tudi izdajatelj političnega oglaševanja.* V primeru, da upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj oglaševanja, bi moral upravljavec izdajatelju političnega oglaševanja posredovati notranjo politiko *in zagotoviti, da se druge informacije, potrebne za skladnost s to uredbo, pravočasno in natančno sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja [...].*
- (50b) Ponudniki oglaševalskih storitev bi [...] morali izdajateljem političnega oglaševanja predložiti informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz te uredbe. *Prenos* [...] takih informacij bi se lahko avtomatiziral in vključil v redne delovne postopke na podlagi standardov.
- (51) Da bi se posamezniki še bolj opolnomočili za uveljavljanje svojih pravic v zvezi z varstvom podatkov, bi morali izdajatelji političnega oglaševanja zadevnemu posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, predložiti dodatne informacije in učinkovita orodja ter ga tako podpreti pri uveljavljanju pravic, ki izhajajo iz pravnega okvira EU o varstvu podatkov, vključno s pravico do ugovora ali preklica privolitve v primeru, da se s političnim oglasom cilja nanj. Te informacije bi morale biti tudi lahko dostopne neposredno iz obvestila o preglednosti. Orodja, ki se dajo na razpolago posameznikom, da bi lažje uveljavljali pravice, bi morala biti učinkovita pri preprečevanju tega, da se s političnimi oglasi cilja nanje, ter pri preprečevanju ciljanja na podlagi posebnih meril in s strani enega ali več specifičnih upravljavcev.
- (52) Komisija bi morala spodbujati pripravo kodeksov ravnanja iz člena 40 Uredbe (EU) 2016/679, da bi se posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, podprli pri uveljavljanju pravic v tem kontekstu.
- (53) Informacije, ki se morajo predložiti v skladu z vsemi zahtevami, ki se uporabljajo za uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja v skladu s to uredbo, bi bilo treba pripraviti v obliki, ki je preprosto dostopna, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisane v preprostem jeziku.

- (54) Primerno je določiti pravila o predložitvi informacij o ciljanju drugim zainteresiranim subjektom. Ureditev, ki se uporablja, bi morala biti skladna z ureditvijo za predložitev informacij, povezanih z zahtevami glede preglednosti.
- (55) Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki imajo sedež v tretjih državah in storitve ponujajo v Uniji, bi morali imenovati pooblaščenega pravnega zastopnika v Uniji, da se zagotovi učinkovit nadzor te uredbe v zvezi z navedenimi ponudniki. Pravni zastopnik bi lahko bil predstavnik, imenovan na podlagi člena 27 Uredbe (EU) 2016/679, ali zastopnik, imenovan na podlagi člena 11 Uredbe (EU) 2022[...]/xxx [akt o digitalnih storitvah].
- (55a) Imenovani pravni zastopnik bi se moral registrirati pri enem od pristojnih organov, imenovanih za ta namen. Da bi se zagotovile lahko dostopne informacije o imenovanih pravnih zastopnikih ponudnikov storitev političnega oglaševanja s sedežem zunaj ozemlja Unije, bi moral zadevni pristojni organ na spletu objaviti in redno posodabljati informacije o pravnih zastopnikih na svojem ozemlju. Komisija bi morala vzpostaviti portal, ki bi povezoval spletna mesta, ki jih zagotovijo države članice.***
- (56) V interesu učinkovitega nadzora te uredbe je treba nadzornim organom podeliti pristojnost za spremljanje in izvrševanje ustreznih pravil. Glede na pravni sistem posamezne države članice ter v skladu z veljavnim pravom Unije, vključno z Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2022[...]/xxx [akt o digitalnih storitvah], se lahko v ta namen imenujejo različni nacionalni pravosodni ali upravni organi.

- (57) Kar zadeva nadzor spletnih posredniških storitev v skladu s to uredbo, bi države članice morale imenovati pristojne organe in zagotoviti, da je tak nadzor skladen z nalogami pristojnih organov, imenovanih v skladu s členom 38 Uredbe (EU) [akt o digitalnih storitvah]. Koordinatorji digitalnih storitev v skladu z Uredbo (EU) [akt o digitalnih storitvah] v vsaki državi članici bi vsekakor morali biti odgovorni za zagotavljanje usklajenosti na nacionalni ravni glede navedenih zadev in po potrebi v čezmejnih primerih sodelovati z drugimi koordinatorji digitalnih storitev v skladu z mehanizmi iz Uredbe (EU) [akt o digitalnih storitvah]. V okviru uporabe te uredbe bi moral biti ta mehanizem omejen na nacionalno sodelovanje med koordinatorji digitalnih storitev in ne bi smel vključevati razširitve na raven Unije, kakor je določeno v Uredbi (EU) [akt o digitalnih storitvah].
- (58) Za nadzor nad vidiki te uredbe, ki ne spadajo v pristojnost nadzornih organov v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 *in* Uredbo (EU) 2018/1725, bi države članice morale imenovati **ustrezne** pristojne organe. Da bi se podprle temeljne pravice in svoboščine, pravna država, demokratična načela in zaupanje javnosti v nadzor političnega oglaševanja, morajo biti taki organi **nepriistranski**, strukturno neodvisni od zunanjega poseganja ali političnega pritiska ter imeti ustrezna pooblastila za učinkovito spremljanje in sprejemanje ukrepov, potrebnih za zagotavljanje skladnosti s to uredbo, zlasti obveznostmi iz člena 7. **Medtem** ko lahko države članice imenujejo predvsem nacionalne regulatorne organe ali telesa v skladu s členom 30 Direktive 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta⁵, **bi lahko imenovale tudi druge organe, kot so volilni ali pravosodni organi.**

⁵ Direktiva 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (UL L 95, 15.4.2010, str. 1).

- (59) Če že obstojijo pravila prava Unije glede zagotavljanja informacij pristojnim organom ter sodelovanja med temi organi in z njimi, kot je člen 9 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah] ali pravila iz Uredbe (EU) 2016/679, bi se navedena pravila morala smiselno uporabljati za ustrezne določbe iz te uredbe.
- (59a) *V podporo učinkoviti uporabi, nadzoru in izvrševanju določb te uredbe ter brez poseganja v Uredbo (EU) 2016/679, Uredbo (EU) 2018/1725 in akt o digitalnih storitvah je treba določiti, kateri pristojni organ bi moral biti odgovoren, kadar se storitve zagotavljajo v več kot eni državi članici ali kadar ponudnik storitev opravlja svoje glavne dejavnosti zunaj države članice, v kateri se nahaja njegov glavni sedež ali imenovani zastopnik. Kadar ponudnik storitev zagotavlja storitve političnega oglaševanja v več kot eni državi članici, bi moral biti za učinkovito uporabo, nadzor in izvrševanje določb te uredbe običajno odgovoren pristojni organ ali organi države članice, v kateri je glavni sedež ponudnika storitev političnega oglaševanja. Pri določanju, kje ima ponudnik storitev glavni sedež, bi morali pristojni organi upoštevati, kje ima ponudnik glavni ali statutarni sedež, na katerem se izvajajo glavne finančne funkcije in operativni nadzor.***
- (59b) *Pristojni organi vseh držav članic bi morali pri izvajanju svojih preiskovalnih in izvršilnih pooblastil po potrebi sodelovati in si medsebojno pomagati. Če domnevna kršitev te uredbe vključuje le pristojni organ ali organe države članice, v kateri ponudnik storitev političnega oglaševanja nima glavnega sedeža, bi moral zadevni pristojni organ ali organi o tem uradno obvestiti pristojni organ glavnega sedeža, ki bi moral zadevo ustrezno oceniti in po potrebi sprejeti potrebne izvršilne ukrepe.***
- (59c) *Da bi se še olajšala učinkovita uporaba in izvrševanje te uredbe v primeru zagotavljanja čezmejnih storitev, kadar se preiskava domnevne kršitve nanaša na opravljanje storitev političnega oglaševanja v eni ali več državah članicah, v katerih ponudnik nima glavnega sedeža, lahko pristojni organ države članice, v kateri je glavni sedež, začne in vodi skupno preiskavo s sodelovanjem zadevnega pristojnega organa ali organov.***

- (60) Organi, pristojni za nadzor te uredbe, bi morali med seboj sodelovati tako na nacionalni ravni kot na ravni EU ter pri tem čim bolj izkoristiti obstoječe strukture, vključno z nacionalnimi mrežami za sodelovanje, evropsko mrežo za volilno sodelovanje iz Priporočila C(2018) 5949 final in skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve, ustanovljeno z Direktivo 2010/13/EU. Tako sodelovanje bi moralo omogočiti hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog na podlagi te uredbe, vključno s skupnim ugotavljanjem kršitev, izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja ter povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.
- (60a) Za zagotovitev učinkovitega in strukturiranega sodelovanja med vsemi pristojnimi organi bi se morali strokovnjaki, ki jih imenujejo države članice, redno sestajati na ravni Unije, zlasti v okviru evropske mreže za volilno sodelovanje, pri čemer bi morali tesno sodelovati s skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve in drugimi ustreznimi mrežami. Da bi okrepili sodelovanje ter izmenjavo informacij in praks na ravni Unije, bi morala evropska mreža za volilno sodelovanje tesno sodelovati s skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve, zlasti kar zadeva poročanje o razpravah v zvezi s to uredbo.***

- (61) Z namenom olajšanja učinkovite uporabe obveznosti, določenih s to uredbo, je treba nacionalne organe pooblastiti, da lahko od **ponudnikov** storitev **političnega oglaševanja** [...] zahtevajo ustrezne informacije o preglednosti političnega oglaševanja. Informacije, ki se predložijo pristojnim organom, bi lahko zadevale oglaševalsko kampanjo, lahko bi bile združene po letih ali bi zadevale specifične oglase. Da se zagotovi uspešno in učinkovito odzivanje na zahteve po takih informacijah ter da se prepreči izpostavljanje ponudnikov storitev političnega oglaševanja nesorazmernim bremenom, je treba določiti nekatere pogoje, ki bi jih te zahteve morale izpolnjevati. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi se morali predvsem v interesu pravočasnega nadzora nad volilnim procesom hitro odzivati na zahteve pristojnih organov, vselej pa v [...] **desetih** delovnih dneh po prejemu zahteve. **V zadnjem mesecu volilne kampanje bi bilo treba šteti, da kršitev teh obveznosti negativno in izrazito vpliva na pravice državljanov, zato bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja zahtevane informacije zagotoviti v 48 urah. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU, bi si morali razumno prizadevati, da zagotovijo zahtevane informacije brez nepotrebnega odlašanja in po možnosti pred datumom volitev ali referendumov.** V interesu pravne varnosti in v skladu s pravico do obrambe bi morale zahteve pristojnih organov po predložitvi informacij vsebovati ustrezno utemeljitev in informacije o razpoložljivih pravnih sredstvih. Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali določiti kontaktne točke za stike s pristojnimi organi. Take kontaktne točke bi lahko bile elektronske.
- (62) Države članice bi morale imenovati kontaktno točko na ravni Unije za namene te uredbe. Če je mogoče, bi morala kontaktna točka biti članica evropske mreže za volilno sodelovanje. Kontaktna točka bi morala olajšati sodelovanje med pristojnimi organi držav članic pri njihovih nalogah nadzora in izvrševanja, zlasti s posredovanjem pri kontaktnih točkah v drugih državah članicah in pri pristojnih organih v **lastni državi članici**.

(63) Organi držav članic bi morali zagotoviti, da se kršitve obveznosti iz te uredbe kaznujejo z [...] globami ali denarnimi kaznimi *in po potrebi z drugimi pravnimi sredstvi*. Pri teh globah in kaznih bi bilo treba upoštevati naravo, resnost, ponavljanje in trajanje kršitve glede na zadevni javni interes, obseg in vrsto izvedenih dejavnosti ter, *kjer je ustrezno*, ekonomsko zmožnost kršitelja. V tem kontekstu bi se morala upoštevati ključna vloga obveznosti, določenih v členih 5 in 7, za uspešno doseganje ciljev te uredbe. Poleg tega bi bilo pri teh globah in kaznih treba upoštevati, ali [...] ponudnik *storitev političnega oglaševanja ali zadevni sponzor* sistematično oziroma pogosto ne izpolnjuje svojih obveznosti, ki izhajajo iz te uredbe, tudi z odlašanjem predložitve informacij zainteresiranim subjektom, ter če je ustrezno, ali je ponudnik storitev političnega oglaševanja dejaven v več državah članicah. Denarne kazni, [...] upravne globe *in druga pravna sredstva* bi morali [...] biti v vsakem posameznem primeru učinkoviti, sorazmerni in odvračilni, pri tem pa ustrezno upoštevati zadostne in dostopne postopkovne zaščitne ukrepe ter zlasti zagotoviti, da politična razprava ostane odprta in dostopna.

(63a) V skladu s splošnimi načeli odgovornosti ponudnika storitev političnega oglaševanja ni mogoče kaznovati, če je ravnal na podlagi netočnih ali napačnih informacij, ki jih je prejel od sponzorja in ki niso bile očitno napačne, pod pogojem, da za napako ni izvedel pozneje.

(63b) Da bi podprli uporabo in spremljanje te uredbe, bi morali pristojni organi obravnavati prijave, ki jih prejmejo od fizičnih ali pravnih oseb v zvezi z morebitno kršitvijo te uredbe, ter, vsaj na zahtevo, obvestiti osebo, ki je poslala prijavo, o tem, kako so v zvezi z njo ukrepali. V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom bi bilo treba vse prijave, ki so bile prejete v zvezi s političnim oglaševanjem, povezanim s temi volitvami ali referendumom, obravnavati brez nepotrebnega odlašanja.

- (64) Za izvajanje pooblastil, ki jih imajo nadzorni organi v skladu s to uredbo, bi morali veljati ustrezni postopkovni zaščitni ukrepi v skladu s pravom Unije in nacionalnim pravom, vključno z učinkovitim pravnim sredstvom in ustreznim pravnim postopkom.
- (65) ***Da bi podprli skladnost s to uredbo, bi bilo treba ponudnikom storitev in drugim zainteresiranim subjektom zagotoviti pravočasne in lahko dostopne informacije o datumih nacionalnih volitev in referendumov.*** Države članice bi ***zato*** morale objaviti ***datume volitev in referendumov.*** ***Te informacije bi morale biti lahko dostopne in pravočasne. Te informacije bi morale tudi javno objaviti prek portala, ki ga da na voljo Komisija, takoj po njihovi napovedi [...].***
- (65a) ***Da bi podprli učinkovito izvajanje te uredbe, se Komisija spodbuja, naj po potrebi pripravi smernice za opredelitev političnega oglaševanja in uporabo sankcij.***
- (66) Za doseganje ciljev te uredbe bi bilo treba na Komisijo prenesti pooblastilo za sprejemanje aktov v skladu s členom 290 Pogodbe glede člena 7(8 [...]), da se natančneje določi oblika, v kateri bi bilo treba predložiti zahteve za predložitev informacij v obvestilih za preglednost v skladu z navedenim členom; glede člena 12a(6 [...]) pa, da se natančneje določi oblika, v kateri bi bilo treba predložiti zahteve za predložitev informacij o ciljanju. Zlasti je pomembno, da se Komisija ustrezno posvetuje [...] s strokovnjaki, ki jih imenuje vsaka država članica, in da se ta posvetovanja izvedejo v skladu z načeli, določenimi v Medinstitucionalnem sporazumu o boljši pripravi zakonodaje z dne 13. aprila 2016. Za zagotovitev enakopravnega sodelovanja pri pripravi delegiranih aktov Evropski parlament in Svet prejmeta vse dokumente sočasno s strokovnjaki iz držav članic, njuni strokovnjaki pa se lahko sistematično udeležujejo sestankov strokovnih skupin Komisije, ki zadevajo pripravo delegiranih aktov.

- (67) Komisija bi morala predložiti javno poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament. Komisija bi morala pri pripravi navedenega poročila upoštevati tudi izvajanje te uredbe v kontekstu drugih volitev in referendumov, ki se odvijajo v Uniji, ***ter učinek te uredbe na mala in srednja medijska podjetja. V poročilu bi bilo treba oceniti zlasti učinkovitost uredbe v zvezi s posebnimi sredstvi političnega oglaševanja, dodatno omejitev obdelave osebnih podatkov za namene tehnik ciljanja in ojačevanja, ki jih ureja ta uredba, vrsto in višino sankcij, ki jih naložijo države članice, ter zahtevo po vzpostavitvi javnih odložišč za oglaševanje za vse spletno politično oglaševanje.*** V poročilu bi bilo treba med drugim pregledati nadaljnjo ustreznost določb iz prilog k tej uredbi in preučiti potrebo po njihovi reviziji.
- (68) Dopolnjujoče obveznosti glede uporabe političnega oglaševanja s strani evropskih političnih strank so določene v Uredbi (EU) št. 1141/2014 o statutu in financiranju evropskih političnih strank in fundacij.
- (69) Ker ciljev te uredbe, namreč o prispevanju k pravilnemu delovanju notranjega trga za politično oglaševanje in z njim povezane storitve ter določitvi pravil o uporabi ciljanja v kontekstu izdajanja in razširjanja političnega oglaševanja, države članice ne morejo zadovoljivo doseči, temveč se lažje dosežejo na ravni Unije, lahko Unija sprejme to uredbo v skladu z načelom subsidiarnosti iz člena 5 Pogodbe o Evropski uniji. V skladu z načelom sorazmernosti iz navedenega člena ta uredba ne presega tistega, kar je potrebno za doseganje navedenih ciljev.
- (70) Ta uredba ne posega v pravila, določena predvsem v Direktivi 2000/31/ES, vključno s pravili o odgovornosti ponudnikov posredniških storitev iz členov 12 do 15 navedene direktive, kakor je bila spremenjena z Uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih trgih], Direktivi 2002/58/ES in Uredbi (EU) XXX [uredba o e-zasebnosti] ter Direktivi (EU) 2010/13, Direktivi 2000/31/ES, Direktivi 2002/58/ES, Direktivi 2005/29/ES, Direktivi 2011/83/EU, Direktivi 2006/114/ES, Direktivi 2006/123/ES in Uredbi (EU) 2019/1150.

- (71) V skladu s členom 42(1) Uredbe (EU) 2018/1725 je bilo opravljeno posvetovanje z Evropskim nadzornikom za varstvo podatkov, ki je mnenje podal XX. xx. 2022 –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

POGLAVJE I – SPLOŠNE DOLOČBE

Člen 1

Predmet urejanja in cilji [...]

1. Ta uredba določa:
 - (a) harmonizirane obveznosti glede preglednosti za ponudnike političnega oglaševanja in povezanih storitev v zvezi s hrambo, razkrivanjem in objavljanjem informacij glede opravljanja takih storitev;
 - (b) harmonizirana pravila o uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja v kontekstu [...] političnega oglaševanja, pri katerih se *obdelujejo* [...] osebni podatki, *in ne glede na to, ali se pri političnem oglaševanju uporablja storitev*.
2. [...]
3. Cilja te uredbe sta:
 - (a) prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga storitev političnega oglaševanja in povezanih storitev;
 - (b) zaščititi fizične osebe pri obdelavi osebnih podatkov.

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

Člen 1a

Področje uporabe

- 1. Ta uredba se uporablja za politično oglaševanje, če je politično oglaševanje razširjeno v Uniji ali usmerjeno na posameznike ali se splošno izvaja v eni ali več državah članicah, ne glede na sedež ponudnika storitev političnega oglaševanja in ne glede na uporabljeno sredstvo.**
- 2. Ta uredba ne vpliva niti na vsebino političnega oglaševanja niti na pravila Unije ali držav članic, ki urejajo druge vidike, kot so vidiki, zajeti v tej uredbi.**

3[...]. Ta uredba ne posega v pravila, določena v:

- (a) Direktivi 2000/31/ES;
- (b) Direktivi 2002/58/ES in Uredbi (EU) XXX [uredba o e-zasebnosti];
- (c) Direktivi 2005/29/ES;
- (d) Direktivi 2006/114/ES;
- (e) Direktivi 2006/123/ES;
- (f) Direktivi (EU) 2010/13;
- (g) Direktivi 2011/83/EU;
- (h) Uredbi (EU) 2019/1150;
- (i) [Uredbi (EU) 2022/xxx [akt o digitalnih storitvah]].

Člen 2

Opredelitev pojmov

Za namene te uredbe[...]:

1. „storitev“ pomeni vsako samostojno gospodarsko dejavnost, ki se praviloma opravlja za plačilo, kot je določeno v členu 57 PDEU;
2. „politično oglaševanje“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje ali razširjanje sporočila s kakršnimi koli sredstvi:
 - (a) s strani političnega akterja, zanj ali v njegovem imenu, razen če je sporočilo povsem zasebne ali povsem komercialne narave, ali

- (b) za katero je verjetno **in je tako zasnovano**, da bo vplivalo na izid volitev ali referendumov, **volilno vedenje ali** zakonodajni ali regulativni postopek [...] **na ravni Unije, nacionalni, regionalni ali lokalni ravni**.

Ne zajema pa:

- i. političnih mnenj, izraženih v okviru uredniške odgovornosti v katerem koli mediju, razen če je za izraženo politično mnenje ali v povezavi z njegovim izražanjem zagotovljeno posebno plačilo;*
 - ii. [...] sporočil iz uradnih virov držav članic ali Unije, ki se nanašajo izključno na [...] organizacijo volitev ali referendumov ter način udeležbe na njih, vključno s kandidaturami in vprašanjem, o katerem se odloča na referendumu, oziroma ki spodbujajo udeležbo na volitvah ali referendumih [...];*
 - iii. obveščanja javnosti s strani ali v imenu katerega koli javnega organa države članice, vključno s člani vlade, pod pogojem, da ni zasnovano z namenom vplivanja na izid volitev ali referendumov, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek;*
 - iv. predstavitve kandidatov na določenih javnih mestih ali v medijih, ki je izrecno določena z zakonom in dodeljena brezplačno ob zagotavljanju enake obravnave;*
3. „politični oglas“ pomeni primer političnega oglaševanja, **ki se izda ali razširja na kakršen koli način;**
4. „politični akter“ pomeni kar koli od naslednjega:
- (a) politično stranko v smislu člena 2(1) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014 ali subjekt, ki je [...] povezan s [...] tako politično stranko;

- (b) politično zvezo v smislu člena 2(2) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;
- (c) evropsko politično stranko v smislu člena 2(3) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;
- (d) kandidata za katero koli voljeno funkcijo na [...] ravni **Unije** ter nacionalni, regionalni in lokalni ravni ali za [...] **kateri koli** vodilni položaj [...] v politični stranki **ali nosilca** tovrstne funkcije ali vodilnega položaja;

[...]

- (f) [...] člana **institucij Unije, z izjemo Sodišča Evropske unije, Evropske centralne banke in Računskega sodišča, ali vlad držav članic na** nacionalni, regionalni ali lokalni ravni;

[...]

- (h) katero koli fizično ali pravno osebo, ki zastopa katero koli osebo ali organizacijo iz točk (a) do (g) [...] **in** nastopa v njenem imenu, pri čemer spodbuja njene politične cilje;

5. „storitev političnega oglaševanja“ pomeni storitev, ki predstavlja politično oglaševanje, razen spletne posredniške storitve v smislu člena 2(f) Uredbe (EU) 2022[...]/XXX [akt o digitalnih storitvah], ki se opravi brez [...] **posebnega plačila** za **pripravo**, oddajo v razširjanje, **promocijo**, izdajanje ali razširjanje določenega **političnega** [...] sporočila;

- 5a. **„ponudnik storitev političnega oglaševanja“ pomeni fizično ali pravno osebo, ki zagotavlja storitve političnega oglaševanja, razen izključno pomožnih storitev;**
6. „kampanja političnega oglaševanja“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje ali razširjanje niza povezanih **političnih** oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva in financiranja;
7. „sponzor“ pomeni fizično ali pravno osebo, **na zahtevo katere ali** v imenu katere se politični oglas pripravi, odda v razširjanje, **promovira**, izda ali razširja;
8. „tehnike ciljanja[...]“ pomenijo tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje [...] političnega oglasa, **običajno s prilagojeno vsebino**, samo na določeno osebo ali skupino oseb **na podlagi obdelave osebnih podatkov** [...];
- 8a. **„tehnike ojačevanja“ pomenijo tehnike optimizacije, vključno s tehnikami prikazovanja oglasov, ki se uporabljajo za povečanje razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa na podlagi obdelave osebnih podatkov in ki se lahko uporabljajo za prikazovanje političnega oglasa samo določeni osebi ali skupini oseb;**
9. [...]
10. „relevantno volilno telo“ pomeni telo posameznikov, upravičenih, da volijo na volitvah ali referendumu, ki potekajo oziroma poteka v državi članici, v kateri **se** politični oglas **izda ali razširja**[...]; tako volilno telo lahko predstavlja celotno volilno telo države članice;

11. „izdajatelj političnega oglaševanja“ pomeni **ponudnika storitev političnega oglaševanja** [...], ki **izdaja ali razširja politično oglaševanje** [...] po katerem koli mediju;
12. „upravljavec“ pomeni upravljavca v skladu s členom 4(7) Uredbe (EU) 2016/679 ali, kadar je ustrezno, členom 3[...] (8) Uredbe (EU) 2018/1725.
- [...]

Člen 2a

Prepoznavanje političnega oglasa

1. **Pri ugotavljanju, ali je sporočilo politični oglas v smislu člena 2, točka 2(b), se upoštevajo njegove ustrezne značilnosti, kot so:**
- (a) vsebina sporočila;**
 - (b) sponzor sporočila;**
 - (c) jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, sredstva, s katerimi se sporočilo promovira, izda ali razširja, in ciljno občinstvo;**
 - (d) kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, vključno z obdobjem razširjanja, kot so obdobja volitev ali referendumov ter zakonodajni ali regulativni postopek;**
 - (e) cilj sporočila.**

2. ***Obstajati bi morala jasna in bistvena povezava med sporočilom in njegovim morebitnim vplivom na izid volitev ali referendumoma, volilno vedenje ali zakonodajni ali regulativni postopek.***

Člen 3

Načelo notranjega trga [...]

1. Države članice iz razlogov, povezanih s preglednostjo ***političnega oglaševanja***, ne ohranijo ali uvedejo določb ali ukrepov, ki odstopajo od določb iz te direktive.
2. Kadar so zahteve iz te uredbe izpolnjene, se zagotavljanje storitev političnega oglaševanja ne prepove ali omeji na podlagi razlogov, povezanih s preglednostjo.

POGLAVJE II – ZAHTEVE GLEDE PREGLEDNOSTI ZA STORITVE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 4

Preglednost storitev političnega oglaševanja

1. Storitve političnega oglaševanja se zagotovijo na pregleden način v skladu z obveznostmi, določenimi v [...] *poglavju II* te uredbe.
- 1a. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da pogodbene ureditve, sklenjene za opravljanje storitev političnega oglaševanja, omogočajo skladnost z ustreznimi določbami te uredbe.*

Člen 5

Opredelevanje storitev političnega oglaševanja

1. Ponudniki oglaševalskih storitev od sponzorjev in ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahtevajo izjavo, ali storitev oglaševanja, za katero želijo, da jo ponudnik storitev izvede, predstavlja storitev političnega oglaševanja v smislu člena 2(5). Tako izjavo *o verodostojnosti* podajo sponzorji in ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev.
2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da se v pogodbenih ureditvah, sklenjenih za opravljanje storitev političnega oglaševanja, *od sponzorjev ali ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahteva, da zagotovijo ustrezne informacije, potrebne za skladnost s členom 6, odstavek 1. Te informacije posredujejo v celoti in natančno ter brez nepotrebnega odlašanja [...].*
- 2a. Kadar ponudnik oglaševalskih storitev ugotovi ali dejansko ve, da je [...] izjava ali informacija očitno napačna, od sponzorja [...] ali ponudnika [...] oglaševalskih storitev, ki deluje v imenu sponzorja, zahteva, da popravi svojo izjavo ali predložene informacije. Sponzorji ali ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, te popravke izvedejo v celoti in natančno ter brez nepotrebnega odlašanja.*

Člen 6

Vodenje evidenc [...]

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja hranijo informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, o:
 - (a) političnem oglasu ali kampanji političnega oglaševanja, s katero so storitve povezane;
 - (b) specifičnih storitvah **ali storitvah**, ki so bile opravljene v zvezi s političnim oglaševanjem;
 - (c) zneskih, ki so jih zaračunali za opravljene storitve, in vrednostih drugih koristi, ki so jih prejeli kot delno ali popolno nadomestilo za opravljene storitve, **ter njihovih virih**; [...]
 - (d) [...] identiteti sponzorja **političnega oglasa in po potrebi subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem**, [...] **njunih** kontaktnih podatkih **in, če gre za pravne osebe, sedežu, ter**
(da) kjer je ustrezno, navedbi zadevnih volitev ali referendumov, s katerimi je politični oglas povezan.
2. Informacije iz odstavka 1 so **pisne ali** [...] v elektronski obliki. Take informacije se hranijo pet let od datuma zadnje priprave, oddaje v razširjanje, **promocije**, izdaje oziroma razširjanja.
 - 2a. **Ta člen se ne uporablja za podjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavek 1, Direktive 2013/34/EU, če je opravljanje oglaševalskih storitev zgolj obrobna in pomožna dejavnost glede na njihove glavne dejavnosti.**
3. [...]

Člen 6a

Posredovanje informacij izdajatelju političnega oglaševanja

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da se informacije iz člena 6, odstavek 1, pravočasno, v celoti in natančno posredujejo izdajateljem političnega oglaševanja, ki bodo politični oglas izdali ali razširjali, s čimer se ponudnikom političnega oglaševanja omogoči izpolnjevanje obveznosti iz te uredbe. Ponudniki storitev političnega oglaševanja si razumno prizadevajo zagotoviti, da so informacije, hranjene v skladu s členom 6, odstavek 1, popolne in točne.

Če je izdajatelj političnega oglaševanja edini ponudnik storitev političnega oglaševanja, sponzor zadevne informacije sporoči izdajatelju.

2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja te informacije posredujejo hkrati z zagotavljanjem zadevne storitve v skladu z najboljšo prakso in standardi posameznih panog, in sicer s standardiziranim avtomatiziranim postopkom, kadar je to tehnično izvedljivo.

3. Kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja ugotovi, da so bile informacije, ki jih je posredoval, posodobljene, zagotovi, da se te posodobljene informacije sporočijo zadevnemu izdajatelju političnega oglaševanja.

Zahteve glede preglednosti za vsak politični oglas

1. **Izdajatelj političnega oglaševanja [...] pri vsakem političnem oglasu da [...]** na razpolago [...] naslednje informacije, predstavljene na jasnem, opazen in nedvoumen način:
 - (a) izjavo, da gre za politični oglas;
 - (b) identiteto sponzorja političnega oglasa in, **kjer je ustrezno**, subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem;
 - (ba) kjer je ustrezno, izjavo, da je bil politični oglas ciljan ali ojačan;**
 - (c) obvestilo za preglednost, ki omogoča razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev, ali jasno navedbo, kje je mogoče zlahka pridobiti te informacije.

V tem smislu izdajatelji političnega oglaševanja uporabljajo tehnike za učinkovito in poudarjeno označevanje, ki omogočajo enostavno prepoznavanje oglasa kot političnega, in ohranjanje označevanja v primeru nadaljnjega razširjanja političnega oglasa.

2. Obvestilo za preglednost [...] vsebuje **vsaj** naslednje informacije:

- (a) identiteto sponzorja **in, kadar je ustrezno, subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem [...]**;
- (b) [...]
- (c) [...] informacije o skupnih zneskih ali drugih koristih, prejetih **od ponudnikov storitev političnega oglaševanja, tudi tistih, prejetih od izdajatelja**, kot delno ali popolno nadomestilo za **storitve političnega oglaševanja za [...]** zadevni oglas ter za [...] kampanjo političnega oglaševanja, kadar je ustrezno, in njihove vire;
- (d) kadar je ustrezno, navedbo volitev ali referendumov, s katerimi je oglas povezan;
- (e) kadar je ustrezno, povezave do spletnih odložišč za oglase **iz odstavka 6**;
- (ea) kadar je ustrezno, informacije iz člena 12a(1), točki (c) in (ca);**

(f) [...]

(g)[...] Informacije, ki se vključijo v obvestilo za preglednost, *vsebujejo tudi elemente* [...] iz Priloge I.

- 2a. Obvestilo za preglednost se vključi v vsak politični oglas ali je enostavno dosegljivo od prve izdaje do konca njegovega izdajanja. Obvestila za preglednost se pripravljajo v obliki, ki je preprosto dostopna, in kadar je to tehnično izvedljivo, strojno berljiva, poleg tega pa morajo biti jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisana v preprostem jeziku. Obvestila za preglednost, ki so strojno berljiva, so dostopna prek skupnega javno dostopnega vmesnika za aplikacijsko programiranje.**
3. Izdajatelji političnega oglaševanja si razumno prizadevajo zagotoviti, da so informacije iz odstavka [...] 2 popolne, *točne in posodobljene*. Če sponzor ali ponudnik[...] storitev političnega oglaševanja ugotovi, da so informacije, ki so bile posredovane izdajatelju političnega oglaševanja ali jih je ta izdal, nepopolne ali netočne, brez nepotrebnega odlašanja vzpostavi stik z zadevnim izdajateljem političnega oglaševanja in mu po potrebi posreduje dopolnjene ali popravljene informacije. Če izdajatelj političnega oglaševanja na kakršen koli način ugotovi, da so informacije iz odstavka 2 nepopolne ali netočne, si razumno prizadeva, da med drugim po potrebi vzpostavi stik s sponzorjem ali zadevnimi ponudniki storitev, da dopolnijo ali popravijo informacije. [...]Če pa informacij ni mogoče dopolniti ali popraviti brez nepotrebnega odlašanja, izdajatelj [...] političnega oglasa *ne da na voljo ali ga preneha izdajati ali razširjati* [...]. Izdajatelj obvesti sponzorja ali ponudnika storitev, ki deluje v imenu sponzorja, če politični oglas, ki ga sponzorira, ni dan na voljo ali se preneha razširjati.
4. [...]
5. Izdajatelji političnega oglaševanja hranijo svoja obvestila za preglednost skupaj z morebitnimi spremembami pet let po *zadnji objavi* [...].
- 5a. Odstavek 5 se ne uporablja za podjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavek 1, Direktive 2013/34/EU, če je opravljanje oglaševalskih storitev zgolj obrobna in pomožna dejavnost glede na njihove glavne dejavnosti.**
6. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu člena 25 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], zagotovijo, *da se v odložiščih iz* [...]

člena [39 [...]] navedene uredbe [akt o digitalnih storitvah] *za vsak politični oglas nemudoma dajo na voljo informacije iz odstavka 2 tega člena. Te informacije je treba posodabljeni in zagotavljati v skladu z dogovorjenim panožnim standardom za dostopnost, strukturo podatkov in dostop prek skupnega javno dostopnega vmesnika za aplikacijsko programiranje.*

7. Države članice, vključno s pristojnimi organi, in Komisija spodbujajo pripravljanje kodeksov ravnanja, katerih namen je prispevati k pravilni uporabi tega člena, pri tem pa upoštevajo posebne značilnosti ustreznih sodelujočih ponudnikov storitev ter posebne potrebe mikro, malih in srednjih podjetij v smislu člena 3 Direktive 2013/34/EU.

8. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 19 za spremembo Priloge I z dodajanjem[...] **ali** spreminjanjem [...] elementov s seznama informacij **iz navedene priloge** [...] glede na tehnološki razvoj, **relevantne znanstvene raziskave, razvoj nadzora s strani pristojnih organov in relevantne smernice, ki jih ti organi izdajo, ter pod pogojem, da se obdržijo elementi iz odstavka 2 tega člena in da je** taka sprememba potrebna za razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev.

Člen 8

Redno poročanje o storitvah političnega oglaševanja

1. [...] Izdajatelji **političnega** oglaševanja **v prilogi k** [...] svojim poslovnim poročilom v smislu člena 19 Direktive 2013/34/EU [...] vključijo po posameznih kampanjah združene informacije o zneskih ali vrednosti drugih koristi, ki jih prejmejo kot delno ali popolno nadomestilo za [...] **opravljene** storitve, vključno z informacijami o uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja.
2. Odstavek 1 se ne uporablja za podjetja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, **odstavki 1 do** [...]3[...], Direktive 2013/34/EU.

Člen 9

Opozorjanje na potencialno nezakonite politične oglase

- 1.[...] [...] Izdajatelji **političnega** oglaševanja omogočijo [...] **fizičnim ali pravnim osebam** [...], da jim brezplačno prijavijo določen oglas, ki so ga izdali in ni v skladu s to uredbo.

- 2.[...] Informacije o tem, kako prijaviti politične oglase, kakor je navedeno v odstavku 1, so uporabniku prijazne in lahko dostopne, med drugim iz obvestila za preglednost.
[...] Izdajatelji političnega oglaševanja omogočijo predložitvev *prijave* [...] iz odstavka 1 v elektronski obliki.
3. *Izdajatelji političnega oglaševanja si razumno prizadevajo, da skrbno in objektivno ter brez nepotrebnega odlašanja obravnavajo prijave, prejete na podlagi odstavka 1, tako da vzpostavijo stik z ustreznim ponudnikom storitev političnega oglaševanja in po potrebi s sponzorjem.*
- 3a[...]. [...] Izdajatelji [...] *političnega* oglaševanja vsaj na zahtevo in brez nepotrebnega odlašanja obvestijo osebe, ki so poslale prijavo iz odstavka 1 [...], o tem, kako so v zvezi z njo ukrepali [...]. *Izdajatelji političnega oglaševanja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavek 1, Direktive 2013/34/EU, si po najboljših močeh prizadevajo, da zagotovijo skladnost s tem odstavkom.*
- 3b. *V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2022/XXX [akt o digitalnih storitvah], v 48 urah obravnavajo vse prejete prijave o oglasih, povezanih s temi volitvami ali referendumom.*
- 4.[...] Na ponavljajoče se prijave iz odstavka 1 v zvezi istim oglasom ali oglaševalsko kampanjo se lahko odgovori skupaj, med drugim s sklicem na objavo na spletnem mestu zadevnega izdajatelja političnega oglaševanja.

Člen 10

Predložitev informacij pristojnim organom

1. *Za preverjanje skladnosti s členi 6, 7 in 8* so [...] pristojni nacionalni organi pooblašteni, da [...] od ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo, da jim predložijo [...] *kakršne koli potrebne* [...] informacije [...]. Predložene informacije [...] *so* popolne, točne in verodostojne ter posredovane v jasni, skladni, popolni in razumljivi obliki. Kadar je to tehnično izvedljivo, se informacije predložijo v strojno berljivi obliki.

- 1a.** Zahteva *iz odstavka 1* vsebuje naslednje elemente:
- (a) obrazložitev cilja, zaradi katerega se informacije zahtevajo, ter zakaj je zahteva potrebna in sorazmerna, razen če je namen zahteve preprečevanje, **odkrivanje**, preiskovanje [...] in pregon kaznivih dejanj **ali resnih upravnih prekrškov**, in v obsegu, v katerem razlogi za zahtevo ne ogrožajo navedenega cilja;
 - (b) informacije o pravnih sredstvih, ki so na voljo zadevnemu ponudniku storitev in sponzorju storitve političnega oglaševanja.
2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja v dveh delovnih dneh po prejemu zahteve v skladu z odstavkom 1 potrdijo prejem zahteve in pristojni organ obvestijo o ukrepih, ki so jih sprejeli za izpolnitev zahteve. Zadevni ponudnik storitev zahtevane informacije predloži v desetih delovnih dneh. **Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU, pa si razumno prizadevajo, da zahtevane informacije zagotovijo v petnajstih delovnih dneh.**
- 2a.** **Z odstopanjem od odstavka 3 ponudniki storitev političnega oglaševanja v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom zagotovijo zahtevane informacije v 48 urah. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU, pa si razumno prizadevajo, da zagotovijo zahtevane informacije brez nepotrebnega odlašanja in po možnosti pred datumom volitev ali referenduma.**
3. Ponudniki storitev političnega oglaševanja določijo kontaktno točko za stike s pristojnimi nacionalnimi organi. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki **izpolnjujejo pogoje iz** [...] člena 3, **odstavki 1 do 3**, Direktive 2013/34/EU, lahko za kontaktno točko imenujejo zunanjo fizično osebo.

Člen 11

Predložitev informacij drugim zainteresiranim subjektom

1. [...] **Ponudniki storitev političnega oglaševanja *zainteresiranim subjektom na njihovo zahtevo brezplačno*** predložijo [...] informacije, **ki jih morajo imeti na podlagi** [...] členov 6 **in** 7 [...].

2. Zainteresirani subjekti, ki zahtevajo predložitev informacij v skladu z odstavkom 1, so neodvisni od komercialnih interesov in spadajo v eno ali več naslednjih kategorij:

- (a) preverjeni raziskovalci v skladu s členom 31 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah];
- (b) člani organizacije civilne družbe, katere zakonsko določeni cilji so varstvo in spodbujanje javnega interesa, ki so pooblaščne v skladu z nacionalnim pravom ali pravom Unije;
- (c) politični akterji [...]; [...]
- (d) nacionalni ali mednarodni opazovalci volitev, ki so **priznani** [...]v državi članici[...], **ali**

(da) novinarji.

[...]

3. Ponudnik storitev si na zahtevo zainteresiranega subjekta po najboljših močeh prizadeva, da v enem mesecu predloži zahtevane informacije ali obrazloženi odgovor v skladu z odstavkom 5.

4. Ponudnik storitev pri pripravi informacij, ki jih predloži v skladu z odstavkom 1, lahko združi ustrezne zneske ali jih, če je potrebno za zaščito njegovih legitimnih poslovnih interesov, navede v razponu.
5. Če so zahteve v skladu z odstavkom 1 očitno neutemeljene, nejasne ali pretirane, zlasti zaradi pomanjkanja jasnosti, lahko ponudnik storitev zavrne odgovor. V takem primeru pošlje zadevni izvajalec storitev zainteresiranemu subjektu, ki je podal zahtevo, obrazloženi odgovor *in informacije o možnostih pravnega varstva*.
6. Če *obdelava* zahtev iz odstavka 1 [...] povzroča znatne stroške, lahko ponudnik storitev zaračuna razumno in sorazmerno pristojbino, ki pa nikakor ne sme presegati upravnih stroškov zagotovitve zahtevanih informacij.
7. Ponudniki storitev nosijo dokazno breme, da je zahteva očitno neutemeljena, nejasna ali pretirana ali da obdelava zahtev [...] povzroča znatne stroške.

POGLAVJE III – CILJANJE IN OJAČEVANJE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 12

Prepovedi [...], povezane s ciljanjem in ojačevanjem

1. Tehnike ciljanja ali ojačevanja, ki vključujejo obdelavo **posebnih kategorij** osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, so v kontekstu političnega oglaševanja prepovedane.
2. **Odstavek 1** [...] se ne uporablja v situacijah, navedenih v členu 9(2)(a) [...] Uredbe (EU) 2016/679 in členu 10(2)(a) [...] Uredbe (EU) 2018/1725. **Za namene izvajanja tega odstavka se izrecna privolitev v smislu uredb (EU) 2016/679 in (EU) 2018/1725 da ločeno in posebej za namene političnega oglaševanja.**
- 2a. **Odstavek 1 se ne uporablja v situacijah, navedenih v členu 9(2)(d) Uredbe (EU) 2016/679 in členu 10(2)(d) Uredbe (EU) 2018/1725.**
3. **Prepovedane so tehnike ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov posameznika, za katerega je z razumno gotovostjo znano, da je vsaj eno leto mlajši od volilne starosti, določene z nacionalnimi pravili v kontekstu političnega oglaševanja.**

Člen 12a

Posebne zahteve, povezane s ciljanjem in ojačevanjem

- I[...]. Pri uporabi tehnik ciljanja ali ojačevanja v kontekstu političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, upravljavci poleg zahtev iz Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725, kakor je ustrezno, izpolnjujejo tudi naslednje zahteve:
- (a) sprejmejo, [...] izvajajo **in javno objavijo** notranjo politiko, ki jasno in v preprostem jeziku opisuje, **kako** [...] **se uporabljajo** [...] takšne tehnike, ter tako politiko ohranijo pet let **od zadnje uporabe teh tehnik**;

- (b) hranijo evidenco o uporabi ciljanja ali ojačevanja, ustreznih mehanizmih, uporabljenih tehnikah in parametrih ter virih uporabljenih osebnih podatkov;
- (c) skupaj z **navedbo, da gre za politični oglas, zagotovijo** [...] dodatne informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel razloge za uporabljeno tehniko in njene glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike. **Te informacije vsebujejo vsaj naslednje elemente:**

- (i) **posebne skupine ciljnih prejemnikov, vključno s parametri, ki se uporabljajo za določitev prejemnikov, katerim se oglaševanje razširja;**
- ii. **kategorije in viri osebnih podatkov, ki se uporabljajo za ciljanje in ojačevanje.**

Med **vključenimi** [...] informacijami **so tudi** elementi iz Priloge II;

- (ca) [...] **navedejo**, skupaj z oglasom [...] **ali** v obvestilu za preglednost, ki se zahteva v skladu s členom 7, sklic na učinkovita sredstva za podporo posameznikom pri uveljavljanju njihovih pravic na podlagi Uredbe (EU) 2016/679 **ali Uredbe (EU) 2018/1725, kot je ustrezno, zlasti sklic na pravico posameznikov, da dajo ali prekličejo privolitev, kot je ustrezno, in pravico do ugovora. Takšen sklic vključuje povezavo do vmesnika, ki omogoča uveljavljanje takšne pravice.**

2[...]. [...] V primeru, da upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj **političnega** oglaševanja, bi morali upravljavec izdajatelju političnega oglaševanja posredovati notranjo politiko **in zagotoviti, da se informacije iz odstavka 1, točki (c) in (ca), sporočijo** [...] izdajatelju političnega oglaševanja, **da bi ta lahko izpolnil svoje obveznosti na podlagi te uredbe. Informacije se predložijo pravočasno in natančno ter v skladu z dobro prakso in standardi posameznih panog ter, kadar je to tehnično izvedljivo, po standardiziranem avtomatiziranem postopku.**

3. **Ponudniki storitev političnega oglaševanja po potrebi upravljavcem predložijo informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz odstavkov 1 in 2.**

5. [...]

- 4[...]. Informacije, ki se predložijo v skladu z **odstavki 1 do 3** [...], se pripravijo v obliki, ki je preprosto dostopna, in, kadar je to tehnično izvedljivo, strojno berljiva, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da je napisana v preprostem jeziku.
7. [...]
- 5[...]. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 19 za spremembo Priloge II z **dodajanjem ali** spreminjanjem [...] elementov s seznama informacij **iz navedene priloge** [...] glede na tehnološki razvoj, [...] relevantne znanstvene raziskave in razvoj nadzora s strani pristojnih organov ter relevantne smernice, ki jih ti organi izdajo, **ter pod pogojem, da se obdržijo elementi iz odstavka 1(c) tega člena.**

Člen 13

Predložitev informacij o ciljanju ali ojačevanju drugim zainteresiranim subjektom

1. [...] Upravljavci [...] sprejmejo ustrezne ukrepe, da v skladu s členom 11(1) zainteresiranim subjektom na zahtevo **in brezplačno** predložijo informacije iz člena 12a.
2. Smiselno se uporablja člen 11(2) do (7).

POGLAVJE IV – NADZOR IN IZVRŠEVANJE

Člen 14

Pravni zastopnik

1. Ponudniki storitev, ki zagotavljajo storitve političnega oglaševanja v Uniji, vendar nimajo sedeža v Uniji, pisno določijo fizično ali pravno osebo za svojega pravnega zastopnika v eni od držav članic, v katerih ponujajo storitve. ***Imenovani pravni zastopnik se registrira pri pristojnem organu iz odstavka (2a).***
 - 1a. ***Kadar ponudniki storitev političnega oglaševanja ne izpolnjujejo obveznosti iz odstavka (1), države članice sprejmejo vse ustrezne ukrepe za zagotovitev skladnosti s to uredbo, vključno s prenehanjem izdajanja ali razširjanja zadevnih političnih oglasov, kadar skladnosti ni mogoče zagotoviti drugače.***
2. Pravni zastopnik je odgovoren za zagotavljanje skladnosti z obveznostmi, ki jih ima zastopani ponudnik storitev v skladu s to uredbo, in je naslovnik vse komunikacije z zadevnim ponudnikom storitev, kakor jo določa ta uredba. Vsaka komunikacija z navedenim pravnim zastopnikom se šteje za komunikacijo z zastopanim ponudnikom storitev.
 - 2a. ***Države članice imenujejo pristojni organ, ki je odgovoren za spletno objavo in redno posodabljanje informacij o imenovanih pravnih zastopnikih, registriranih v skladu z odstavkom 1. Države članice Komisiji zagotovijo povezave do ustreznih spletnih strani.***
 - 2b. ***Komisija vzpostavi portal s povezavami do spletnih strani, ki jih zagotovijo države članice v skladu z odstavkom 2a.***

Člen 15

Pristojni organi in kontaktne točke

1. Nadzorni organ iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 oziroma člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 je pristojen za spremljanje uporabe člena 12 *in člena 12a* te uredbe na svojem področju pristojnosti. Smiselno se uporabljata člen 58 Uredbe (EU) 2016/679 in člen 58 Uredbe (EU) 2018/1725. Za dejavnosti, ki so zajete v členu 12 *in členu 12a* te uredbe, se uporablja Poglavlje VII Uredbe (EU) 2016/679.
2. Države članice imenujejo pristojne organe za spremljanje skladnosti ponudnikov posredniških storitev v smislu uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah] z obveznostmi iz členov 5 do 11 in 14 te uredbe, kadar je to ustrezno. Pristojni organ, imenovan v skladu z uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], je lahko eden od pristojnih organov, imenovanih za spremljanje skladnosti spletnih posrednikov z obveznostmi iz členov 5 do 11 in 14 te uredbe. Koordinator digitalnih storitev iz člena 38 Uredbe (EU) 2021/xxx v vsaki državi članici je odgovoren za zagotavljanje usklajevanja na nacionalni ravni v zvezi s ponudniki posredniških storitev, kakor so opredeljeni v Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah]. Za zadeve, povezane z uporabo te uredbe, kar zadeva ponudnike posredniških storitev, se uporablja člen 45(1) do (4) in člen 46(1) Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah].
3. Države članice imenujejo enega ali več pristojnih organov, ki so odgovorni za uporabo in izvrševanje vidikov te uredbe, ki niso navedeni v odstavkih 1 in 2. ***Ti pristojni organi so lahko drugi kot organi iz odstavkov 1 in 2.*** Vsak pristojni organ, ki je imenovan v skladu s tem odstavkom, je strukturno popolnoma neodvisen od sektorja ter od kakršnega koli zunanjega poseganja ali političnih pritiskov. Popolnoma je neodvisen pri učinkovitem spremljanju in sprejemanju ukrepov, ki so potrebni in sorazmerni za zagotovitev skladnosti s to uredbo.

4. [...]
5. Kadar pristojni organi iz odstavka 3 izvajajo svoje **nadzorne in izvršilne naloge in pooblastila** [...] v zvezi s to uredbo, so pooblaščen, da:
- (-aa) zahtevajo dostop do podatkov, dokumentov ali vseh potrebnih informacij, zlasti od sponzorja ali zadevnih ponudnikov storitev političnega oglaševanja;**
- (a) izdajo opozorila, naslovljena na ponudnike storitev političnega oglaševanja, v zvezi z njihovim neizpolnjevanjem obveznosti iz te uredbe;
- (aa) odredijo prenehanje kršitev in od sponzorjev ali ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo, naj sprejmejo ukrepe, potrebne za uskladitev s to uredbo, ob spoštovanju temeljne pravice do svobode izražanja in obveščanja;**
- (b) objavijo izjavo, ki navaja identiteto pravnih in fizičnih oseb, ki so odgovorne za kršitev obveznosti iz te uredbe, ter naravo te kršitve;
- (c) naložijo [...] globe **ali** [...] denarne kazni [...], **po potrebi pa tudi druga pravna sredstva, da se kršitev dejansko preneha, ali pa zahtevajo, da to stori pravosodni organ v njihovi državi članici.**
6. Države članice zagotovijo **učinkovito in strukturirano** sodelovanje **na nacionalni ravni** med **vsemi ustreznimi** pristojnimi organi, **imenovanimi v skladu z odstavki 1 do 3** [...], da omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog **in pooblastil** na podlagi te uredbe, vključno z [...] izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja **za lažje ugotavljanje kršitev** ter s povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.

- 6a. *Strokovnjaki, ki jih imenujejo države članice, se redno srečujejo na ravni Unije zlasti v okviru evropske mreže za volilno sodelovanje in pri delu tesno sodelujejo s skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve ter z drugimi ustreznimi mrežami, da omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog v skladu s to uredbo.*
7. Vsaka država članica imenuje en pristojni organ kot kontaktno točko na ravni Unije za namene te uredbe.

Člen 15a

Čezmejno sodelovanje

1. *Za skladnost ponudnikov storitev političnega oglaševanja s to uredbo je pristojna država članica, v kateri ima ponudnik sedež. Če ima ponudnik sedež v več kot eni državi članici, se šteje, da spada pod jurisdikcijo države članice, v kateri ima glavni sedež.*

2[...]. *Brez poseganja v odstavka 1 in 2 člena 15 ter odstavek 1 tega člena [...] pristojni organ ali organi vseh [...] držav članic [...] po potrebi sodelujejo in si pomagajo.*

[...]

[...][...]

- 3.[...][...] *Pristojni organ po prejemu utemeljene prošnje drugega pristojnega organa temu pristojnemu organu brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje v enem mesecu po prejemu prošnje zagotovi pomoč, da se lahko nadzorni ali izvršilni ukrepi iz odstavka [...] 5 člena 15 izvedejo na uspešen, učinkovit in dosleden način. [...] Pristojni organ [...] po prejemu utemeljene prošnje po informacijah od pristojnega organa iz druge države članice temu pristojnemu organu prek kontaktnih točk iz odstavka 7 člena 15 brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje v 14 dneh po prejemu prošnje zagotovi zahtevane informacije. Rok se lahko podaljša do enega meseca v primerih, v katerih je potrebna dodatna preiskava ali se zahtevajo informacije od več pristojnih organov.[...]*

4. *Kadar pristojni organ države članice z razlogom sumi, da je ponudnik storitev političnega oglaševanja, ki ima glavni sedež v drugi državi članici, kršil to uredbo na njegovem ozemlju, o tem prek kontaktne točke iz člena 15(7) uradno obvesti pristojni organ države članice glavnega sedeža.*
5. *Uradno obvestilo v skladu z odstavkom 4 se ustrezno utemelji in vsebuje vsaj:*
 - (a) *informacije, ki omogočajo identifikacijo ponudnika storitev političnega oglaševanja;*

- (b) opis ustreznih dejstev, ustreznih določb te uredbe in razlogov, zakaj pristojni organ, ki je poslal uradno obvestilo, sumi, da je zadevni ponudnik storitev kršil to uredbo, vključno, če je ustrezno, z opisom dejstev, ki bi omogočila oceno meril iz člena 16(3);*
 - (c) kraj, kjer je mogoče pridobiti zadevni politični oglas ali njegovo kopijo;*
 - (d) vse druge informacije, za katere pristojni organ, ki je poslal uradno obvestilo, meni, da so relevantne, po potrebi tudi informacije, zbrane na lastno pobudo.*
- 6. Kadar pristojni organ države članice, v kateri je glavni sedež, nima dovolj informacij, da bi ukrepal na podlagi uradnega obvestila iz odstavka 4, lahko za dodatne informacije zaprosi pristojni organ, ki je poslal uradno obvestilo in ki mu jih pošlje brez nepotrebnega odlašanja.*
- 7. Pristojni organ države članice, v kateri je glavni sedež, brez nepotrebnega odlašanja in najpozneje en mesec po prejemu uradnega obvestila iz odstavka 4 ali, če je ustrezno, informacij iz odstavka 6 pristojnemu organu, ki je poslal uradno obvestilo, sporoči svojo oceno domnevne kršitve in dodatne informacije o preiskovalnih ali izvršilnih ukrepih, ki so bili ali naj bi bili sprejeti, da se zagotovi skladnost s to uredbo.*
- 8. Kadar se preiskava domnevne kršitve nanaša na opravljanje storitev političnega oglaševanja v eni ali več državah članicah, v katerih ponudnik nima glavnega sedeža, lahko pristojni organ države članice, v kateri je glavni sedež, začne in vodi skupno preiskavo s sodelovanjem zadevnega pristojnega organa ali organov:*
- (a) na lastno pobudo in po pridobitvi soglasja zaprosenega pristojnega organa ali organov ali*

(b) na zahtevo drugega pristojnega organa ali organov, na podlagi utemeljenega suma, da je ponudnik storitev s sedežem v državi članici, v kateri ima glavni sedež, pri opravljanju storitev političnega oglaševanja kršil to uredbo ali znatno vplival na posameznike na ozemlju pristojnega organa ali organov, ki so predložili zahtevo.

9. *Za namene odstavka 8 pristojni organ, ki zahteva začetek skupne preiskave, drugemu pristojnemu organu ali organom zagotovi informacije iz odstavka 5. Če se pristojni organ odloči, da ne bo sodeloval v skupni preiskavi, drugemu pristojnemu organu ali organom v zvezi s tem predloži utemeljeno obrazložitev. [...]*

10. *Pristojni organi pri izvajanju skupne preiskave sodelujejo v dobri veri in izvajajo svoja preiskovalna pooblastila, kot je potrebno za preiskavo domnevne kršitve. Pristojni organi v skupni preiskavi drug drugega obveščajo o vseh ustreznih izvršilnih ukrepih, ki jih uvedejo ali jih nameravajo uvesti.*

Člen 16

Sankcije

1. [...] Države članice določijo pravila o sankcijah, vključno z [...] globami **ali** [...] denarnimi kaznimi[...] **in, če je ustrezno, drugimi pravnimi sredstvi**, ki se uporabljajo za ponudnike storitev političnega oglaševanja [...], ki kršijo **člene 5 do 11, 13 in 14, ter sponzorje, ki kršijo člena 5 in 6a**. [...] **Sankcije** [...] so v vsakem posameznem primeru učinkovite, sorazmerne in odvračilne. **Pri določanju sankcij se upoštevajo pravila, ki urejajo svobodo tiska in svobodo izražanja v drugih medijih, ter pravila ali kodeksi za novinarski poklic.**

- 1a. Najvišji znesek denarne kazni, ki se lahko naloži, temelji na ekonomski zmožnosti subjekta, za katerega veljajo sankcije, in je:**
- (a) 4 % letnih prihodkov ali proračuna sponzorja ali ponudnika storitev političnega oglaševanja, kot je ustrezno in kar je višje, ali**
 - (b) 4 % svetovnega letnega prometa sponzorja ali ponudnika storitev političnega oglaševanja v predhodnem poslovnem letu.**
2. Države članice v dvanajstih mesecih od začetka veljavnosti te uredbe Komisijo uradno obvestijo o navedenih pravilih in jo nemudoma uradno obvestijo o vseh poznejših spremembah, ki vplivajo na ta pravila.
3. Pri odločanju o vrsti sankcije in [...]njeni ravni se za vsak posamezni primer med drugim ustrezno upošteva naslednje:
- (a) narava, resnost in trajanje kršitve;
 - (b) ali je kršitev naklepna ali posledica malomarnosti;
 - (c) morebitni ukrepi za ublažitev škode;
 - (d) morebitne zadevne predhodne kršitve in vse druge oteževalne ali olajševalne okoliščine, ki veljajo za okoliščine primera, ter
 - (e) raven sodelovanja s pristojnim organom;
- (ea) velikost in ekonomska zmožnost subjekta, za katerega veljajo sankcije, kadar je to ustrezno.**

4. Kršitve členov 7, 9 in 10 se štejejo za posebej hude, kadar zadevajo politično oglaševanje, ki se izda ali razširja *v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom* [...] in je usmerjeno na državljane v državi članici, v kateri potekajo zadevne volitve *ali referendum*.
5. [...]
6. Za kršitve obveznosti iz členov 12 in 12a lahko nadzorni organi iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 v okviru svojih pristojnosti naložijo [...] globe v skladu s členom 83 Uredbe (EU) 2016/679 in do zneska iz člena 83(5) navedene uredbe.
7. Za kršitve obveznosti iz členov 12 in 12a lahko nadzorni organi iz člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 v okviru svojih pristojnosti naložijo [...] globe v skladu s členom 66 Uredbe (EU) 2018/1725 in do zneska iz člena 66(3) navedene uredbe.

Člen 16a

Prijave pristojnemu organu

Brez poseganja v druge upravne postopke ali pravna sredstva pristojni organi ustrezno obravnavajo vse prijave, ki jih prejmejo v zvezi z morebitno kršitvijo te uredbe, ter, vsaj na zahtevo, obvestijo osebo, ki je poslala prijavo, o tem, kako so v zvezi z njo ukrepali. V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom se vse prijave, ki so bile prejete v zvezi s temi volitvami ali referendumom, obravnavajo brez nepotrebnega odlašanja.

Člen 17

Objava datumov volitev in referendumov [...]

1. Države članice objavijo datume *volitev in referendumov* [...] na lahko dostopnem mestu *in* z ustreznim sklicem na to uredbo.
2. ***Komisija zagotovi portal, prek katerega države članice takoj po napovedi objavijo datume svojih volitev ali referendumov. Portal je javno dostopen.***

POGLAVJE V – KONČNE DOLOČBE

Člen 18

Ocena in pregled

1. Komisija predloži poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament, prvič pa najpozneje do 31. decembra 2026. V navedenem poročilu oceni potrebo po spremembi te uredbe, *zlasti glede:*
 - (a) *učinkovitosti te uredbe v zvezi s posebnimi sredstvi političnega oglaševanja;*
 - (b) *dodatnega omejevanja obdelave osebnih podatkov za namene tehnik ciljanja in ojačevanja, ki jih ureja ta uredba;*
 - (c) *učinka te uredbe na mala in srednja medijska podjetja;*
 - (d) *vrste in zneska sankcij, ki so jih naložile države članice;*
 - (e) *vzpostavitve javnih odložišč za vse spletno politično oglaševanje.*
2. Poročilo se objavi.

Člen 19

Izvajanje pooblastila

1. Pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov je preneseno na Komisijo pod pogoji, določenimi v tem členu.
2. Pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov iz člena 7(8) in člena **12a(5[...])** se prenese na Komisijo za obdobje *treh let od ...[datum začetka veljavnosti temeljnega zakonodajnega akta ali kateri koli drug datum, ki ga določita sozakonodajalca]. Prenos pooblastila se samodejno podaljšuje za enako dolga obdobja, razen če Evropski parlament ali Svet nasprotuje temu podaljšanju najpozneje tri mesece pred koncem vsakega obdobja.[...]*

3. Prenos pooblastila iz člena 7(8) in člena **12a(5)** [...] lahko kadar koli prekliče Evropski parlament ali Svet. S sklepom o preklicu preneha veljati prenos pooblastila iz navedenega sklepa. Sklep začne učinkovati dan po objavi v Uradnem listu Evropske unije ali na poznejši dan, ki je določen v navedenem sklepu. Sklep ne vpliva na veljavnost že veljavnih delegiranih aktov.
- 3a. ***Komisija se pred sprejetjem delegiranega akta iz člena 7(8) in člena 12a(5) posvetuje s strokovnjaki, ki jih imenujejo države članice, v skladu z načeli, določenimi v Medinstitucionalnem sporazumu o boljši pripravi zakonodaje z dne 13. aprila 2016.***
4. Komisija takoj po sprejetju delegiranega akta o njem sočasno uradno obvesti Evropski parlament in Svet.
5. Delegirani akt, sprejet na podlagi člena 7(8) ali člena **12a(5)** [...], začne veljati le, če mu niti Evropski parlament niti Svet ne nasprotuje v roku dveh mesecev od uradnega obvestila Evropskemu parlamentu in Svetu o tem aktu ali če pred iztekom tega roka tako Evropski parlament kot Svet obvestita Komisijo, da mu ne bosta nasprotovala. Ta rok se na pobudo Evropskega parlamenta ali Sveta podaljša za dva meseca.

Člen 20

Začetek veljavnosti in uporaba

1. Ta uredba začne veljati dvajseti dan po objavi v Uradnem listu Evropske unije.
2. Začne se uporabljati **12 mesecev po objavi v Uradnem listu Evropske unije [...]**.
3. Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju,

Za Evropski parlament
predsednik/predsednica

Za Svet
predsednik/predsednica

Informacije, ki jih je treba predložiti v skladu s členom 7(2):

- (a) kadar obvestilo ni vključeno v sam oglas, primer/ponazoritev političnega oglasa ali povezava nanj;
- (b) identiteta in sedež sponzorja, v imenu katerega se oglas razširja, vključno z njegovim imenom, naslovom, telefonsko številko in elektronskim naslovom, ter podatek, ali gre za fizično ali pravno osebo;
- (ba) *informacije, ki se zahtevajo pod točko (b), v zvezi s fizično ali pravno osebo, ki zagotavlja plačilo v zameno za politični oglas, če ta oseba ni sponzor;***
- (c) obdobje, v katerem se politični oglas razširja, ter če je ustrezno in izdajatelju znano, ali se je isti oglas že razširjal v preteklosti;
- (d) morebitne volitve, s katerimi je oglaševanje povezano, če je to ustrezno;
- (e) okvirni skupni porabljeni znesek in vrednost drugih koristi, prejetih kot delno ali popolno nadomestilo za določen oglas, in če je ustrezno, za določeno oglaševalsko kampanjo, vključno z navedenimi zneski in vrednostmi za pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajo in razširjanje političnih oglasov, ter skupni dejanski porabljeni znesek in vrednost drugih prejetih koristi, ko so podatki na voljo;
- (f) ***informacije o*** virih sredstev, ki se uporabijo za določeno oglaševalsko kampanjo, vključno s sredstvi za pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajo in razširjanje političnih oglasov;
- (g) relevantne informacije o metodologiji, uporabljeni za izračun zneskov in vrednosti iz točke (e);

- (h) kadar je izdajatelj zelo velika spletna platforma, povezava na lokacijo oglasa v izdajateljevem odložišču oglasov;
- (i) kadar je oglas povezan z določenimi volitvami ali referendumi, povezave na uradne informacije o načinih udeležbe na zadevnih volitvah ali referendumu;
- (j) informacije o mehanizmih, vzpostavljenih v skladu s členom 9.

Informacije, ki jih je treba predložiti v skladu s členom 12a(1 [...])

- (a) specifične skupine ciljanih prejemnikov, vključno s parametri, uporabljenimi za določitev prejemnikov, ki se jim oglas razširja, z enako stopnjo podrobnosti kot za ciljanje, kategorije osebnih podatkov, ki se uporabijo za ciljanje in ojačevanje, cilji, zaradi katerih se ciljanje in ojačevanje uporabi, mehanizmi in razlogi za njihovo uporabo, vključno z vključitvijo ali izločitvijo parametrov in razlogi izbiro teh parametrov;
 - (b) obdobje razširjanja, število posameznikov, ki se jim oglas razširja, in velikost ciljane skupine v ustreznem volilnem telesu;
 - (c) vir osebnih podatkov iz točke (a), vključno z informacijo, če je to ustrezno, da so bili osebni podatki izvedeni, izpeljani ali pridobljeni od tretje osebe, in identiteto navedene tretje osebe ter povezavo na njeno obvestilo o varstvu podatkov za zadevno obdelavo podatkov;
 - (d) povezavo na učinkovito sredstvo za podporo posameznikom pri uveljavljanju njihovih pravic na podlagi Uredbe (EU) 2016/679 ali Uredbe (EU) 2018/1725, kakor je ustrezno, v kontekstu ciljanja in ojačevanja političnega oglaševanja ob uporabi njihovih osebnih podatkov.
- (da) povezavo na mesto, na katerem je mogoče enostavno dostopati do politike iz člena 12a, odstavek 1(a), ali jasno navedbo tega mesta.***
-