

Briselē, 2022. gada 10. jūnijā
(OR. en)

Starpiestāžu lieta:
2021/0381(COD)

8647/2/22
REV 2

LIMITE

AG 46
COMPET 279
INST 150
PE 44
DATAPROTECT 125
FREMP 84
CONSOM 101
TELECOM 184
AUDIO 37
MI 334
DISINFO 33
CODEC 589

PIEZĪME

Sūtītājs:	Padomes Ģenerālsēkretariāts
Saņēmējs:	delegācijas
Iepri. dok. Nr.:	8647/22 + REV1
K-jas dok. Nr.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Temats:	Priekšlikums – EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULA par politiskās reklāmas pārredzamību un mērķorientēšanu – prezidentvalsts kompromisa teksts

Pielikumā pievienots **pārskatīts** prezidentvalsts kompromisa teksts par minēto priekšlikumu.

Svītrotais Komisijas priekšlikuma teksts ir norādīts ar [...], un Komisijas priekšlikumam pievienotais teksts ir **pasvītrots treknrakstā**.

Priekšlikums

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

(Dokuments attiecas uz EEZ)

EIROPAS PARLAMENTS UN EIROPAS SAVIENĪBAS PADOME,

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

ņemot vērā Eiropas Komisijas priekšlikumu,

pēc leģislatīvā akta projekta nosūtīšanas valstu parlamentiem,

ņemot vērā Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinumu ¹,

ņemot vērā Reģionu komitejas atzinumu ²,

saskaņā ar parasto likumdošanas procedūru,

¹ OV C , , . lpp.

² OV C , , . lpp.

tā kā:

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

- (4) Nepieciešamība nodrošināt pārredzamību ir likumīgs mērķis sabiedrības interesēs, kurš atbilst ES un tās dalībvalstu kopīgajām vērtībām saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienību (LES) 2. pantu. Iedzīvotājiem ne vienmēr ir viegli atpazīt politiskās reklāmas un apzināti izmantot savas demokrātiskās tiesības. **Arvien sarežģītāki dezinformācijas panēmieni, aktoru dažādošanās, jauno tehnoloģiju straujā attīstība un manipulatīvas iejaukšanās pastiprināta izplatīšanās ir būtiski izaicinājumi Eiropas Savienībai un dalībvalstīm. Politiskā reklāma var būt dezinformācijas nesējs, jo īpaši tad, ja reklāmā netiek atklāts tās politiskais raksturs un ja tā ir mērķorientēta vai pastiprināta.** Lai atbalstītu atklātas un godīgas politiskās debates, **nodrošinot demokrātiskas politiskās kampaņas,** un brīvas un taisnīgas vēlēšanas vai referendumus, kā arī lai cīnītos pret dezinformāciju un nelikumīgu iejaukšanos, arī no ārvalstīm, cita starpā ir nepieciešams augsts pārredzamības līmenis. [...]. Lai vēlētajiem varētu izdarīt apzinātu izvēli, politiskās reklāmas pārredzamība palīdz viņiem labāk saprast, kad viņiem tiek piedāvāta politiskā reklāma, kā vārdā šī reklāma tiek izplatīta un kādā veidā reklāmas pakalpojumu sniedzējs pie viņiem vēršas.
- (5) Politiskās reklāmas kontekstā bieži tiek izmantotas mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes. Mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes būtu jāsaprot kā paņēmieni, ko izmanto, lai adresētu pielāgotu politisko reklāmu tikai konkrētai personai vai personu grupai vai lai palielinātu politiskās reklāmas apripi, ar to sasniegto cilvēku skaitu vai redzamību. Ņemot vērā mērķorientēšanas ietekmi un iespēju tajā ļaunprātīgi izmantot persondatus, cita starpā ar mikromērķorientēšanu un citām attīstītām metodēm, šādas metodes var jo īpaši apdraudēt tādas likumīgas sabiedrības intereses kā taisnīgumu, vienlīdzīgas iespējas un pārredzamību vēlēšanu procesā un pamattiesības uz objektīvu, pārredzamu un plurālistisku informāciju.

- (6) Politiskā reklāma dalībvalstīs pašlaik tiek regulēta neviendabīgi, un daudzos gadījumos regulēšanas pasākumi ir vērsti uz tradicionālajiem mediju formātiem. Pastāv īpaši ierobežojumi, arī attiecībā uz politiskās reklāmas pakalpojumu pārrobežu sniegšanu. Dažas dalībvalstis aizliedz ES pakalpojumu sniedzējiem, kuru iedibinājuma vieta ir kādā citā dalībvalstī, sniegt politiska rakstura pakalpojumus vai pakalpojumus ar politisku mērķi vēlēšanu periodā. Tajā pašā laikā dažās dalībvalstīs, iespējams, pastāv trūkumi un nepilnības valsts tiesību aktos, kā rezultātā politiskā reklāma dažkārt tiek izplatīta, neievērojot attiecīgos valsts noteikumus un tādējādi potenciāli apdraudot politiskās reklāmas pārredzamības regulējuma mērķi.
- (7) Lai nodrošinātu labāku politiskās reklāmas pārredzamību, arī ar mērķi novērst iedzīvotāju bažas, dažas dalībvalstis jau ir izpētījušas vai apsver papildu pasākumus, kas uzlabotu politiskās reklāmas pārredzamību un atbalstītu godīgas politiskās debates un brīvas un taisnīgas vēlēšanas vai referendumus. Šie valsts pasākumi jo īpaši attiecas uz reklāmu, kas tiek publicēta un izplatīta tiešsaistē, un var ietvert papildu aizliegumus. Šie pasākumi ir dažādi – no ieteikumiem līdz saistošām prasībām, un tie ietver dažādus pārredzamības elementus.
- (8) Šāda situācija rada iekšējā tirgus sadrumstalotību un mazina juridisko noteiktību politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kuri veido, izvieta, **popularizē**, publicē vai izplata politiskās reklāmas; tā arī rada šķēršļus saistīto pakalpojumu brīvai aprītei, kropļo konkurenci iekšējā tirgū, tajā skaitā starp bezsaistes un tiešsaistes pakalpojumu sniedzējiem, prasa sarežģītus atbilstības nodrošināšanas pasākumus un rada papildu izmaksas attiecīgajiem pakalpojumu sniedzējiem.
- (9) Šajā kontekstā ļoti iespējams, ka politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji atturēsies no politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanas pārrobežu situācijās. Tas jo īpaši attiecas uz mikrouzņēmumiem un MVU, kuriem bieži vien nav resursu, lai absorbētu vai segtu augstās atbilstības nodrošināšanas izmaksas, kas saistītas ar politiskās reklāmas izveidi, izvietašanu, **popularizēšanu**, publicēšanu vai izplatīšanu vairāk nekā vienā dalībvalstī. Tas ierobežo pakalpojumu pieejamību un negatīvi ietekmē pakalpojumu sniedzēju iespējas ieviest inovācijas un iekšējā tirgū piedāvāt kampaņas vairākos medijos un vairākās valstīs.

- (10) Tāpēc, sniedzot politiskās reklāmas pakalpojumus, būtu jānodrošina konsekventa un augsta līmeņa politiskās reklāmas pārredzamība visā Savienībā, vienlaikus novēršot atšķirības, kas kavē saistīto pakalpojumu brīvu apriti iekšējā tirgū, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem nosakot vienotus pārredzamības pienākumus, kas garantē personu tiesību vienotu aizsardzību un uzraudzību visā iekšējā tirgū saskaņā ar LESD 114. pantu.
- (11) Dalībvalstīm savos tiesību aktos nevajadzētu saglabāt vai ieviest noteikumus **par politiskās reklāmas pārredzamību, kas** atšķiras no šajā regulā paredzētajiem, jo īpaši stingrākus vai mazāk stingrus noteikumus, lai nodrošinātu atšķirīgu politiskās reklāmas pārredzamības līmeni. Ar politisko reklāmu saistīto pārredzamības prasību pilnīga saskaņošana palielina juridisko noteiktību un samazina to pienākumu sadrumstalotību, kas saistībā ar politisko reklāmu jāpilda pakalpojumu sniedzējiem.
- (12) Pilnīgai pārredzamības prasību saskaņošanai nevajadzētu skart politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju brīvību brīvprātīgi sniegt papildu informāciju par politisko reklāmu, **piemēram, [...] uz konkrētas tiešsaistes politiskās reklāmas veikto klikšķu skaitu**, jo tā ir daļa no vārda **un informācijas** brīvības, kuru aizsargā Pamattiesību hartas 11. pants.
- (13) Šī regula neietekmē [...] **ne politiskās reklāmas** [...] saturu, **ne Savienības vai dalībvalstu noteikumus, kas reglamentē** politiskās reklāmas [...] **noformējumu, vēlēšanu** periodus **un politisko kampanu norisi, tostarp reklāmas aizliegumus** [...].
- (13a) Piemērojot [un izpildot] šo regulu, būtu jāņem vērā mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu īpašās vajadzības saskaņā ar proporcionalitātes principu. Mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu jēdziens būtu jāsaprot Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1.–3. punkta nozīmē.**

- (14) Regulā būtu jāparedz saskaņota pārredzamības prasība, kas piemērojama ekonomikas dalībniekiem, kuri piedāvā politisko reklāmu un saistītos pakalpojumus (t. i., darbības, kuras parasti tiek veiktas par atlīdzību); konkrēti, šie pakalpojumi ietver politiskās reklāmas izveidi, izvietošanu, popularizēšanu, publicēšanu un izplatīšanu. Šīs regulas noteikumi, kas paredz politiskās reklāmas pakalpojumu augsta līmeņa pārredzamību, ir balstīti uz LESD 114. pantu. Šai regulai būtu jāattiecas arī uz mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu saistībā ar politiskās reklāmas **popularizēšanu**, publicēšanu [...] **vai** [...] izplatīšanu, kas ietver persondatu apstrādi. Šīs regulas noteikumi, kas attiecas uz mērķorientēšanas un pastiprināšanas izmantošanu, ir balstīti uz LESD 16. pantu. Par fiziskām personām dalībvalstī adresētu politisko reklāmu būtu jāuzskata arī reklāma, ko pilnībā izveidojuši, izvietojuši, **popularizējuši**, [...] publicējuši **vai izplatījuši** ārpus Savienības iedibinātie pakalpojumu sniedzēji, bet kas tiek izplatīta fiziskām personām Savienībā. Lai noteiktu, vai politiskā reklāma ir adresēta fiziskām personām dalībvalstī, būtu jāņem vērā faktori, kas to saista ar attiecīgo dalībvalsti, to skaitā valoda, konteksts, reklāmas mērķis un tās izplatīšanas līdzekļi.

(14a) Piemērojot šo regulu saskaņā ar ES tiesību aktiem, attiecīgā gadījumā būtu jāņem vērā publicēšanas līdzekļa specifika, jo īpaši, lai pielāgotu kārtību televīzijai, radio un laikrakstiem.

- (15) Savienības līmenī pašlaik nav noteiktas politiskās reklamēšanas vai politiskās reklāmas definīcijas. Lai noteiktu saskaņoto pārredzamības pienākumu un mērķorientēšanas un pastiprināšanas noteikumu piemērošanas jomu, ir vajadzīga vienota definīcija. Šai definīcijai būtu jāaptver daudzie politiskās reklamēšanas veidi un visi publicēšanas vai izplatīšanas līdzekļi un veidi Savienībā neatkarīgi no tā, vai avots atrodas Savienībā vai trešā valstī.
- (16) Politiskās reklamēšanas definīcijai būtu jāietver reklāma, ko tieši vai netieši **veido, izvieto, popularizē**, publicē vai izplata politiskais aktors vai kas tieši vai netieši tiek **veidota, izvietota, popularizēta**, publicēta vai izplatīta politiskā aktora vārdā vai uzdevumā. Tā kā politiskā aktora, tā vārdā vai uzdevumā izplatītās reklāmas nevar nošķirt no tā darbības politiskā aktora statusā, var uzskatīt, ka tās var ietekmēt politiskās debates, bet izņēmums ir tādi vēstījumi, kam ir tikai privāts vai tikai komerciāls raksturs.

- (17) Par politisko reklāmu būtu jāuzskata arī tas, ka citi aktori **popularizē**, publicē vai izplata vēstījumu, kas var ietekmēt **un ir vērsts uz to**, lai ietekmētu vēlēšanu vai referenduma iznākumu, likumdošanas vai regulatīvo procesu vai vēlēšanu uzvedību **Savienības, valsts, reģionālā, vietējā vai politisko partiju līmenī. Būtu jāpastāv skaidrai un būtiskai saiknei starp vēstījumu un to, vai tas var ietekmēt vēlēšanu vai referenduma iznākumu, likumdošanas vai regulatīvo procesu vai vēlēšanu uzvedību.** Lai noteiktu **šādas saiknes esamību**,[...] būtu jāņem vērā visi attiecīgie faktori, piemēram, **vēstījuma sponsors**, vēstījuma saturs, valoda, konteksts, **tostarp izplatīšanas periods, piemēram, vēlēšanu periods**, vēstījuma mērķis, [...] līdzekļi, ar kādiem vēstījums tiek **popularizēts**, publicēts vai izplatīts, un **mērķauditorija**. Vēstījumi par sabiedriskiem vai strīdīgiem jautājumiem var [...] ietekmēt **un var būt paredzēti, lai ietekmētu** vēlēšanu vai referenduma iznākumu, likumdošanas vai regulatīvo procesu vai vēlēšanu uzvedību.
- (18) Praktiska informācija no oficiāliem avotiem **tikai** par vēlēšanu vai referendumu organizēšanu un dalības kārtību nebūtu jāuzskata par politisko reklāmu.
- (19) Šai regulai nebūtu jāattiecas uz politiskajiem [...] **uzskatiem**, kas **saskaņā ar pakalpojumu sniedzēja redakcionālo atbildību izteikti...** **jebkādos medijos, tostarp** audiovizuālo **mediju pakalpojumu programmās Direktīvas 2010/13/ES ³ 1. panta 1. punkta a) apakšpunkta nozīmē**, [...] lineārās **un nelineārās radio [...]** pārraidēs, publicēti drukātajos **vai tiešsaistes** plašsaziņas līdzekļos, [...] **ja vien pakalpojumu sniedzējs par pausto politisko viedokli nav saņēmis atlīdzību** [...].

³ OV L 95, 15.4.2010., 1. lpp.

- (20) Šajā regulā ar vēlēšanām būtu jāsaprot Eiropas Parlamenta vēlēšanas, kā arī visas vēlēšanas vai referendumi, ko dalībvalstīs organizē valsts, reģionālā un vietējā līmenī, kā arī vēlēšanas politisko partiju vadības ievēlēšanai.
- Tajā nebūtu jāiekļauj citi vēlēšanu veidi, piemēram, profesijas ietvaros vai privāti organizēti balsojumi.
- (21) Politiskā reklāma būtu jādefinē kā atsevišķs politiskās reklamēšanas gadījums. Reklāmas ietver līdzekļus, ar kuru palīdzību izplata reklāmas vēstījumu gan drukātā veidā, gan izmantojot apraides medijus vai tiešsaistes platformu pakalpojumus.
- (22) Politisko aktoru jēdzienam šīs regulas nozīmē vajadzētu būt saistītam ar jēdzieniem, kas definēti Savienības tiesību aktos, kā arī valstu tiesību aktos saskaņā ar starptautiskiem juridiskiem instrumentiem, piemēram, Eiropas Padomes tiesību aktiem. Politisko [...] aktoru jēdzienam būtu jāietver [...] ar politisko partiju saistītās un tai pakārtotās struktūras, kas izveidotas ar vai bez juridiskas personas statusa, lai [...] to atbalstītu vai sasniegtu [...] tās mērķus, piemēram, iesaistot konkrētu vēlēšanu grupu vai īstenojot konkrētu vēlēšanu mērķi.
- (23) Politisko aktoru jēdzienā būtu jāiekļauj arī kandidāti vai personas, kas ieņem jebkādu vēlētu amatu, [...] [...] un Eiropas iestādes vai dalībvalstu valdības locekli [...] valsts, reģionālā vai vietējā līmenī, izņemot Eiropas Savienības Tiesas, Eiropas Centrālās bankas un Revīzijas palātas locekļus. Minētajā definīcijā būtu jāiekļauj arī citas politiskās organizācijas, kas izveidotas, lai panāktu konkrētu vēlēšanu vai referenduma iznākumu.
- (24) Ar reklāmas kampaņas jēdzienu būtu jāapzīmē kopīgi izstrādātu, sponsorētu un finansētu savstarpēji saistītu reklāmu sērijas izveide, izvietošana, popularizēšana, publicēšana un izplatīšana saskaņā ar politiskās reklāmas līgumu. [...]
- (25) Politiskās reklamēšanas definīcijai nevajadzētu ietekmēt politiskās partijas, politisko mērķu vai [...] vēlēšanu periodu definīcijas valsts līmenī.

- (26) Lai aptvertu plašu attiecīgo pakalpojumu sniedzēju loku, kas saistīti ar politiskās reklāmas pakalpojumiem, ar politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāsaprot tādi pakalpojumu sniedzēji, kas ir iesaistīti politiskās reklāmas izveidē, izvietošanā, popularizēšanā, publicēšanā [...] vai izplatīšanā. **Pakalpojumu sniedzēji, kas sniedz tikai papildpakalpojumus saistībā ar politiskās reklāmas pakalpojumiem, nebūtu jāuzskata par politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem šīs regulas nozīmē.**
- (26.a) Ar politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāsaprot politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji – kas parasti atrodas pakalpojumu sniedzēju ķēdes beigās –, kuri publicē un izplata politisko reklāmu, to pārraidot, darot to pieejamu ar saskarnes starpniecību vai kā citādi to publiskojo.**
- (26b) Ar sponsoru būtu jāsaprot persona, kuras vārdā politiskā reklāma tiek sagatavota, izvietota, popularizēta, publicēta vai izplatīta, piemēram, individuāls vēlēšanu kandidāts, reģistrēta trešā puse vai politiska partija.**
- (27) Politiskās reklāmas pakalpojumu jēdzienā nebūtu jāietver vēstījumi, kurus personas izplata tīri privātā kārtā. Nevajadzētu uzskatīt, ka fiziskas personas rīkojas privāti, ja tās publicē vēstījumus, par kuru izplatīšanu vai publicēšanu ir samaksājusi [...] **trešā persona.**
- (28) Tiklīdz **sponsors ir pazinojis**, [...] ka reklāma[...] [...] ir [...] politiska [...], tas būtu skaidri jādara zināms citiem politiskās reklāmas pakalpojumos iesaistītajiem pakalpojumu sniedzējiem. **Sponsoram šādas ziņas būtu jāsniedz labticīgi.**
- Turklāt, tiklīdz reklāma ir identificēta kā politiskā reklāma[...], tās tālākai izplatīšanai joprojām būtu jāatbilst pārredzamības prasībām. Piemēram, ja [...] **šajā regulā definētā politiskā reklāma** tiek kopīgota bez atlīdzības, reklāma joprojām būtu jāatzīmē kā politiskā reklāma.

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

- (31) Vārda **un informācijas** brīvība, ko aizsargā Pamattiesību hartas 11. pants, ietver indivīda tiesības uz politisku nostāju un tiesības saņemt un izplatīt politisku informāciju un dalīties ar politiskām idejām. Ikvienam **šīs brīvības** [...] ierobežojumam ir jāatbilst Pamattiesību hartas 52. pantam. [...] **Šo** brīvību var mainīt un ierobežot, ja tas ir pamatots ar leģitīmām sabiedrības interesēm un atbilst ES tiesību vispārējiem principiem, piemēram, proporcionalitātes un juridiskās noteiktības principiem. Tas cita starpā attiecas uz gadījumiem, kad politiskās idejas tiek izplatītas ar reklāmas pakalpojumu sniedzēju palīdzību.
- (32) Attiecībā uz tiešsaistes starpniekiem – Regulu (ES) 202[...]**2**/XX [digitālo pakalpojumu tiesību aktu] piemēro politiskajām reklāmām, ko publicē vai izplata tiešsaistes starpnieki; ir spēkā horizontāli noteikumi, kas piemērojami visiem tiešsaistes reklāmas veidiem, tajā skaitā komerciālajām un politiskajām reklāmām. Pamatojoties uz šajā regulā noteikto politiskās reklamēšanas definīciju, ir lietderīgi paredzēt, ka pārredzamības prasībām, kas noteiktas reklāmas publicētājiem, uz kuriem attiecas Regulas (ES) 2022[...]/XX [digitālo pakalpojumu tiesību akta] darbības joma, jo īpaši ļoti lielām **tiešsaistes** platformām, ir jābūt ar papildu detalizētības līmeni. Tas jo sevišķi attiecas uz informāciju, kas saistīta ar politisko reklāmu finansēšanu. **[Šīs regulas prasības neietekmē digitālo pakalpojumu tiesību akta noteikumus, tajā skaitā par riska novērtēšanas un mazināšanas pienākumiem ļoti lielām tiešsaistes platformām saistībā ar to reklāmas sistēmām.]**
- (33) Politiskās reklāmas izveide, izvietošana, popularizēšana, publicēšana un izplatīšana var būt saistīta ar sazarotu pakalpojumu sniedzēju ķēdi. Tas jo īpaši attiecas uz gadījumiem, kad reklāmas satura atlasī, mērķorientēšanas **un pastiprināšanas** kritēriju izvēli, reklāmas mērķorientēšanai **un pastiprināšanai** izmantoto datu sniegšanu, mērķorientēšanas **un pastiprināšanas** metožu nodrošināšanu, reklāmas piegādi un tās izplatīšanu var kontrolēt dažādi pakalpojumu sniedzēji. Piemēram, automatizēti pakalpojumi var palīdzēt saskaņot saskarnes lietotāja profilu ar sniegto reklāmas saturu, izmantojot persondatus, kas iegūti tieši no pakalpojuma lietotāja un no lietotāja darbībām tiešsaistē, kā arī izrietošus datus.

(34) Ņemot vērā to, cik svarīgi ir jo īpaši garantēt pārredzamības prasību efektivitāti, arī lai atvieglotu to pārraudzību, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jānodrošina, ka attiecīgā informācija, ko tie apkopo, sniedzot savus pakalpojumus, arī norāde par to, ka šī reklāma ir politiska, **pilnīga un precīza un** tiek sniegta politiskās reklāmas publicētājam, kurš politisko reklāmu izplata sabiedrībai. Lai atbalstītu šīs prasības efektīvu īstenošanu un savlaicīgu un precīzu šīs informācijas sniegšanu, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem **minētā informācija būtu jānosūta vienlaikus ar attiecīgā pakalpojuma sniegšanu un** jāapsver un jāatbalsta automatizācija informācijas nodošanai starp politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem. **Kad politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji uzzina, ka viņu nosūtītā informācija ir atjaunināta, tiem būtu jānodrošina, ka šī atjauninātā informācija tiek pazinota attiecīgajam politiskās reklāmas publicētājam.**

(34.a) Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem kļūst zināms, ka informācija būtu jāatjaunina, kad sponsors vai pakalpojumu sniedzējs, kas rīkojas tā vārdā, informē politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju par attiecīgām izmaiņām. Politiskās reklāmas publicētājs var arī uzzināt par šādu atjaunināšanas nepieciešamību, izmantojot šajā regulā paredzēto pazinošanas mehānismu.

(34[...])b) Ja politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji [...] uzzina par acīmredzamu kļūdu, neprecizitāti vai nepilnību [...] sniegtajā informācijā, tad politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai nodrošinātu, ka šāda acīmredzama kļūda, [...] neprecizitāte vai nepilnība tiek labota, jo īpaši apstiprinot politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja [...] vai attiecīgā gadījumā paša sponsora sniegto informāciju. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējam nevajadzētu būt pienākumam iesaistīties pārmērīgos vai dārgos faktu vākšanas pasākumos [...]. Saprātīgas pūles var atspoguļot arī līgumos starp pakalpojumu sniedzējiem un attiecīgā gadījumā ar sponsoru.

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

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

[...]

- (37) Lai gan ir paredzētas konkrētas prasības, neviens no šajā regulā noteiktajiem pienākumiem nebūtu jāsaprot kā tāds, kas uzliek vispārēju uzraudzības pienākumu starpniecības pakalpojumu sniedzējiem attiecībā uz politisko saturu, ar kuru dalās fiziskas vai juridiskas personas, kā arī nebūtu jāsaprot kā tāds, kas uzliek vispārēju pienākumu starpniecības pakalpojumu sniedzējiem veikt proaktīvus pasākumus saistībā ar to pakalpojumos nosūtītu vai glabātu nelikumīgu saturu vai nelikumīgām darbībām.

- (38) Kad ir nodrošināta politiskās reklāmas pārredzamība, iedzīvotājiem būtu jāsaprot, ka viņi saskaras ar politisko reklāmu. Politiskās reklāmas publicētājiem būtu jānodrošina, ka [...] **kopā ar** katru politisko reklāmu tiek publicēts skaidrs paziņojums, ka tā ir politiskā reklāma, un norādīta tās sponsora identitāte. Attiecīgā gadījumā sponsora nosaukumam var pievienot politisku logotipu. Politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāizmanto efektīva marķēšana, ņemot vērā attiecīgo zinātnisko pētījumu attīstību un paraugpraksi attiecībā uz pārredzamības nodrošināšanu, izmantojot reklāmu marķēšanu. **Paziņojuma noformējums un sponsora nosaukums var atšķirties atkarībā no izmantotajiem līdzekļiem. Attiecībā uz radio apraides pakalpojumiem varētu izmantot, piemēram, augšupēju vai lejupēju paziņojumu.** Tiem būtu arī jānodrošina, ka [...] **kopā ar** katru politisko reklāmu tiek publicēta informācija, kas ļauj izprast politiskās reklāmas plašāku kontekstu un tās mērķus; šo informāciju var iekļaut vai nu pašā reklāmā, vai arī to var sniegt publicētājs savā tīmekļa vietnē, kas pieejama, izmantojot saiti, **kvadrātkodu (jeb "QR kodu")** vai līdzvērtīgu skaidru un lietotājdraudzīgu norādi, kura iekļauta reklāmā.

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

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

(42) Tā kā politisko reklāmu publicētāji tās dara pieejamas sabiedrībai, tiem vajadzētu publicēt vai izplatīt minēto informāciju sabiedrībai reizē ar politiskās reklāmas publicēšanu vai izplatīšanu. **Ja politiskās reklāmas publicētājiem kļūst zināms, ka politiskā reklāma neatbilst šajā regulā noteiktajām pārredzamības prasībām, piemēram, pēc individuāla pazinojuma saņemšanas, tiem būtu jāpieliek saprātīgas pūles, lai izpildītu šīs regulas prasības. Ja bez liekas kavēšanās informāciju nav iespējams [...] sagatavot vai labot,** politiskās reklāmas publicētājiem nebūtu jāpublisko **vai jāturpina** to politisko reklāmu **publicēšana vai izplatīšana sabiedrībai,** kuras neatbilst šajā regulā noteiktajām pārredzamības prasībām. **Šādā situācijā politiskās reklāmas publicētājiem būtu jāinformē attiecīgie politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji un attiecīgā gadījumā sponsors par pamatotiem pasākumiem, kas veikti, lai izpildītu šīs regulas prasības.** **Politiskās reklāmas publicētājs būtu jāmudina informēt politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēju par tiesiskās aizsardzības iespējām.**

(42.a) Ja sponsoram vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem kļūst zināms, ka politiskās reklāmas publicētājam nosūtītā vai viņa publicētā informācija ir nepilnīga vai neprecīza, tiem bez liekas kavēšanās būtu jāsažinās ar attiecīgo politiskās reklāmas publicētāju un būtu jānosūta pilnīga vai labota informācija politiskās reklāmas publicētājam.

(42.b) Līgumiskās vienošanās var ietvert klauzulu, kas ļauj iekasēt samērīgu maksu par pasākumiem, kas veikti, lai labotu vai papildinātu informāciju.

(42.[...]c) Pildot šos pienākumus, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem būtu jārīkojas objektīvi un pienācīgi ievērojot pamattiesības un citas tiesības un likumīgās intereses. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem jo īpaši būtu pienācīgi jāņem vērā vārda brīvība un piekļuve informācijai, tostarp mediju brīvība un plurālisms.

(42.[...]d) Turklāt politiskās reklāmas publicētājiem, kuri ir ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2022/XXX [digitālo pakalpojumu akta] nozīmē, pārredzamības paziņojumā iekļautā informācija būtu jādara pieejama **reāllaikā**, izmantojot reklāmu repozitorijus, kas publicēti saskaņā ar Regulas [digitālo pakalpojumu akta] 30. pantu. **Ir lietderīgi nodrošināt papildu detalizāciju pārredzamības prasībām, kas noteiktas Regulas (ES) 2021/XX [digitālo pakalpojumu akta] 30. pantā minētajiem repozitorijiem. Tas jo īpaši attiecas uz informāciju par izņemto politisko reklāmu un tās atsaukšanas iemeslu. Turklāt ļoti lielas tiešsaistes platformas var publicēt citu informāciju par reklāmas ietekmi, tostarp informāciju par veikto klikšķu skaitu. Citi politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji būtu jā mudina izveidot līdzīgus politisko reklāmu repozitorijus.** Tas atvieglos ieinteresēto aktoru (to vidū pētnieku) darbu to īpašajā uzdevumā atbalstīt brīvas un taisnīgas vēlēšanas vai referendumus un godīgas vēlēšanu kampaņas, cita starpā rūpīgi pārbaudot politisko reklāmu sponsorus un analizējot politisko reklāmu vidi.

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

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

(45.a) Politiskās reklāmas publicētājiem [...] būtu [...] jāpieliek saprātīgas [...] pūles, lai rūpīgi un objektīvi un bez liekas kavēšanās izskatītu paziņojumus, kas saņemti saskaņā ar šīs regulas [...] punktu [...]. Ja paziņojumā ir iekļauta pietiekama informācija, lai rūpīgs politiskās reklāmas publicētājs varētu bez detalizētas pārbaudes identificēt, ka trūkst informācijas vai tā ir neprecīza, būtu jāuzskata, ka politiskās reklāmas publicētājs ir informēts par neprecizitāti vai nepilnīgumu, un tam būtu jārīkojas bez liekas kavēšanās, sazinoties ar attiecīgajiem pakalpojumu sniedzējiem un attiecīgā gadījumā ar sponsoru. Politiskās reklāmas publicētājam [...] būtu jāinformē paziņojuma [...] autors par turpmākajiem pasākumiem, kas veikti pēc paziņojuma [...]. [...], [...]

(45.b) Lai nodrošinātu pārredzamības prasību efektivitāti vēlēšanu vai referenduma laikā, politiskās reklāmas publicētājiem pēdējā mēneša laikā pirms vēlēšanām vai referenduma 48 stundu laikā būtu jāizskata visi paziņojumi, ko tie saņem saistībā ar šīm [...] vēlēšanām vai referendumu, sazinoties ar attiecīgajiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem [...] un attiecīgā gadījumā ar sponsoru.

(45.c) Jebkādai politiskas reklāmas publicētāja rīcībai vajadzētu būt stingri vērstai uz to, lai labotu, papildinātu vai dzēstu konkrētus informācijas elementus, kas neatbilst šai regulai, pienācīgi nemot vērā vārda un informācijas brīvību un citas pamattiesības.

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

- (47) Aizvien biežāk tiek izmantoti persondati, ko vāc tieši no fiziskām personām vai iegūst netieši, piemēram, izrietoši dati, kurus iegūst, grupējot personas pēc viņu domājamām interesēm vai pamatojoties uz viņu tiešsaistes darbībām, uzvedības profilēšanu un citām analīzes metodēm, lai politiskos vēstījumus mērķorientētu uz grupām vai atsevišķiem vēlētājiem vai indivīdiem un pastiprinātu to ietekmi. Izmantojot persondatu apstrādi, jo īpaši attiecībā uz **īpašu kategoriju persondatiem** [...], kas saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2016/679 ⁴ un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2018/1725 ⁵ uzskatāmi par sensitīviem, var segmentēt dažādas vēlētāju vai indivīdu grupas un izmantot to īpatnības vai ievainojamību, piemēram, izplatot reklāmas konkrētos brīžos un konkrētās vietās, lai izmantotu gadījumus, kad attiecīgās personas būtu jutīgas pret noteikta veida informāciju/vēstījumu. Tas īpaši un nelabvēlīgi ietekmē iedzīvotāju pamattiesības un pamatbrīvības attiecībā uz viņu persondatu apstrādi un brīvību saņemt objektīvu informāciju, veidot savu viedokli, pieņemt politiskus lēmumus un izmantot savas balsstiesības. Tas negatīvi ietekmē demokrātisko procesu. Būtu jāparedz papildu ierobežojumi un nosacījumi, kas ir plašāki nekā ar Regulu (ES) 2016/679 un Regulu (ES) 2018/1725 noteiktie.
- Šajā regulā paredzētajiem nosacījumiem par mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu, kas ietver persondatu apstrādi politiskās reklāmas kontekstā, būtu jābalstās uz LESD 16. pantu.

⁴ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2016/679 (2016. gada 27. aprīlis) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Direktīvu 95/46/EK (Vispārīgā datu aizsardzības regula) (OV L 119, 4.5.2016., 1. lpp.).

⁵ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2018/1725 (2018. gada 23. oktobris) par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi Savienības iestādēs, struktūrās, birojos un aģentūrās un par šādu datu brīvu apriti un ar ko atceļ Regulu (EK) Nr. 45/2001 un Lēmumu Nr. 1247/2002/EK (OV L 295, 21.11.2018., 39. lpp.).

- (48) [Tāpēc politiskās reklāmas kontekstā būtu jāaizliedz mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, kas ietver Regulas (ES) 2016/679 9. panta 1. punktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 1. punktā minēto datu apstrādi. Šādu metožu izmantošana būtu jāatļauj tikai tad, ja to veic pārziņi vai kāds, kas rīkojas to vārdā, pamatojoties uz datu subjekta nepārprotamu piekrišanu, vai ja, veicot savas leģitīmās darbības un nodrošinot atbilstošas garantijas, apstrādi veic fonds, apvienība vai jebkura cita bezpeļņas struktūra, kas to dara ar politisku, filozofisku, reliģisku vai ar arodbiedrībām saistītu mērķi, un ar nosacījumu, ka apstrāde attiecas tikai uz šīs struktūras locekļiem vai bijušajiem locekļiem, vai personām, kas ar šo struktūru uztur regulārus sakarus saistībā ar tās nolūkiem, un ka bez datu subjekta piekrišanas persondatus neizpauž ārpus minētās struktūras. Tas būtu jāpapildina ar konkrētām garantijām. Piekrišana būtu jāsaprot kā piekrišana Regulas (ES) 2016/679 un Regulas (ES) 2018/1725 nozīmē. Tāpēc nevajadzētu būt iespējai atsaukties uz izņēmumiem, kas attiecīgi noteikti Regulas (ES) 2016/679 9. panta 2. punkta b), c), e), f), g), h), i) un j) apakšpunktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 2. punkta b), c), e), f), g), h), i) un j) apakšpunktā, nolūkā izmantot mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, lai publicētu, popularizētu vai izplatītu politisko reklāmu, kas ietver Regulas (ES) 2016/679 9. panta 1. punktā un Regulas (ES) 2018/725 10. panta 1. punktā minēto persondatu apstrādi.]

- (49) Lai nodrošinātu labāku pārredzamību un pārskatatbildību, politiskās reklāmas kontekstā izmantojot mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, kas ietver persondatu apstrādi, pārziņiem būtu jāievieš papildu garantijas. **Šīm papildu garantijām būtu jāpapildina esošās garantijas, tostarp tās, kas attiecas uz automatizētu lēmumu pieņemšanu saskaņā ar Regulas (ES) 2016/679 24. pantu un Regulas (ES) 2018/1725 26. pantu.** Tiem būtu jāpieņem un jāīsteno politika, kurā aprakstīta šādu metožu izmantošana, ar kurām mērķorientēti vēršas pie fiziskām personām vai pastiprina politiskās reklāmas satura ietekmi, un jāveic savu attiecīgo darbību uzskaitē. Publicējot, popularizējot vai izplatot politisko reklāmu, kurā izmantotas mērķorientēšanas un pastiprināšanas metodes, pārziņiem kopā ar politisko reklāmu būtu jāsniedz jēgpilna informācija, kas ļautu attiecīgajai personai saprast izmantotās metodes loģiku un galvenos parametrus, kā arī trešo personu datu un papildu analītisko metožu izmantošanu, kā arī to, vai reklāmas mērķorientēšana izvietošanas laikā tika papildus optimizēta.
- (50) Politiskās reklāmas publicētājiem, kas izmanto mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, savā pārredzamības paziņojumā būtu jāiekļauj informācija, kas nepieciešama, lai attiecīgā persona varētu saprast izmantotās metodes loģiku un galvenos parametrus, kā arī trešo personu datu izmantošanu un izmantotās papildu analītiskās metodes, un **skaidra norāde, piemēram, saite uz tīmekļa vietni, par to, kur** [...] [...] attiecīgo pārziņa politikas dokumentu **var viegli izgūt.**
- (50.a)** Ja pārzinis nav reklāmas publicētājs, pārzinim būtu jānosūta politiskās reklāmas publicētāja iekšējās politikas dokuments [...] **un jānodrošina, ka vajadzīgā informācija tiek paziņota politiskās reklāmas publicētājam. Informācija būtu jānosūta savlaicīgi un precīzi.**
- (50.b)** Reklāmas pakalpojumu sniedzējiem [...] būtu jānosūta politiskās reklāmas publicētājam informācija, kas nepieciešama, lai izpildītu šajā regulā noteiktos pienākumus. Šādas informācijas sniegšanu varētu automatizēt un integrēt parastajos uzņēmējdarbības procesos saskaņā ar standartiem.

- (51) Lai iedzīvotājiem nodrošinātu plašākas iespējas īstenot savas tiesības uz datu aizsardzību, politiskās reklāmas publicētājiem attiecīgajam datu subjektam būtu jāsniedz papildu informācija un jānodrošina efektīvi rīki, lai atbalstītu viņa tiesību īstenošanu saskaņā ar ES datu aizsardzības tiesisko regulējumu, ieskaitot tiesības iebilst vai atsaukt savu piekrišanu, ja attiecīgajai personai tiek mērķorientēti piedāvāta politiska reklāma. Šai informācijai vajadzētu būt viegli pieejamai arī tieši no pārredzamības paziņojuma. Ar indivīdiem pieejamajiem rīkiem, kas palīdz īstenot viņu tiesības, vajadzētu spēt efektīvi novērst situācijas, kad uz personu tiek mērķtiecīgi vērstas politiskās reklāmas, kā arī novērst mērķorientēšanu saskaņā ar konkrētiem kritērijiem un mērķorientēšanu, ko veic viens vai vairāki konkrēti pārzinī.
- (52) Komisijai būtu jānudina izstrādāt rīcības kodeksus, kā minēts Regulas (ES) 2016/679 40. pantā, lai atbalstītu datu subjektu tiesību īstenošanu šajā kontekstā.
- (53) Informācija, kas jāsniedz saskaņā ar visām prasībām, kuras piemērojamas mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanai saskaņā ar šo regulu, būtu jāsniedz viegli pieejamā, skaidri redzamā un lietotājdraudzīgā formātā, arī izmantojot vienkāršu valodu.
- (54) Ir lietderīgi paredzēt noteikumus par informācijas par mērķorientēšanu nosūtīšanu citām ieinteresētajām personām. Piemērojamajam režīmam vajadzētu būt saderīgam ar informācijas nosūtīšanas režīmu, kas ir saistīts ar pārredzamības prasībām.
- (55) Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kuri iedibināti trešā valstī un kuri piedāvā pakalpojumus Savienībā, būtu jāieceļ pilnvarots juridiskais pārstāvis Savienībā, lai attiecībā uz minētajiem pakalpojumu sniedzējiem nodrošinātu efektīvu pārraudzību, kas paredzēta šajā regulā. Juridiskais pārstāvis varētu būt pārstāvis, kas iecelts, pamatojoties uz Regulas (ES) 2016/679 27. pantu, vai pārstāvis, kas iecelts, pamatojoties uz Regulas (ES) 2022/xxx [DPTA] 11. pantu.

- (56) Lai šajā regulā paredzētā uzraudzība būtu efektīva, attiecīgo noteikumu uzraudzība un izpilde ir jāuztic pārraudzības iestādēm. Atkarībā no katras dalībvalsts tiesību sistēmas un saskaņā ar spēkā esošajiem Savienības tiesību aktiem, tajā skaitā Regulu (ES) 2016/679 un Regulu (ES) 2021/xxx [digitālo pakalpojumu aktu], šajā nolūkā var tikt izraudzītas dažādas valsts tiesu vai administratīvās iestādes.
- (57) Attiecībā uz tiešsaistes starpniecības pakalpojumu uzraudzību saskaņā ar šo regulu dalībvalstīm būtu jānorīko kompetentās iestādes un jānodrošina, ka šāda uzraudzība ir saskanīga ar kompetentajām iestādēm, kas norīkotas saskaņā ar Regulas (ES) 2021/XXX [digitālo pakalpojumu akta] 38. pantu. Digitālo pakalpojumu koordinatori saskaņā ar Regulu (ES) [digitālo pakalpojumu aktu] katrā dalībvalstī jebkurā gadījumā būtu jāatbild par koordinācijas nodrošināšanu valsts līmenī attiecībā uz šiem jautājumiem un vajadzības gadījumā jāiesaistās pārrobežu sadarbībā ar citiem digitālo pakalpojumu koordinatoriem, izmantojot Regulā (ES) 2021/XXX [digitālo pakalpojumu aktā] noteiktos mehānismus. Saistībā ar šīs regulas piemērošanu šim mehānismam būtu jāaprobežojas ar valstu sadarbību starp digitālo pakalpojumu koordinatoriem [un nebūtu jāietver eskalācija Savienības līmenī, kā paredzēts Regulā (ES) 2021/XXX [digitālo pakalpojumu aktā].
- (58) To šīs regulas aspektu pārraudzībai, kas nav uzraudzības iestāžu kompetencē saskaņā ar Regulu (ES) 2016/679, dalībvalstīm būtu jānorīko kompetentās iestādes saskaņā ar Regulu (ES) 2018/725. Lai atbalstītu pamattiesību un pamatbrīvību, tiesiskuma, demokrātijas principu un sabiedrības uzticības politiskās reklāmas pārraudzībai ievērošanu, nepieciešams, lai šādas iestādes būtu strukturāli neatkarīgas no ārējas intervences vai politiska spiediena un būtu pienācīgi pilnvarotas efektīvi uzraudzīt un veikt vajadzīgos pasākumus, lai nodrošinātu atbilstību šai regulai, jo tās īpaši 7. pantā noteiktajiem pienākumiem. Jo īpaši dalībvalstis var izraudzīties valsts regulatīvās iestādes vai struktūras saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2010/13/ES ⁶ 30. pantu.

⁶ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2010/13/ES (2010. gada 10. marts) par to, lai koordinētu dažus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos paredzētus noteikumus par audiovizuālo mediju pakalpojumu sniegšanu (Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva) (OV L 95, 15.4.2010., 1. lpp.).

- (59) Ja saskaņā ar Savienības tiesību aktiem jau pastāv noteikumi par informācijas sniegšanu kompetentajām iestādēm un sadarbību ar šīm iestādēm un starp tām, piemēram, Regulas (ES) 2021/xxx [digitālo pakalpojumu tiesību akta] 9. pants vai Regulā (ES) 2016/679 ietvertie noteikumi, šie noteikumi būtu *mutatis mutandis* jāpiemēro attiecīgajiem šīs regulas noteikumiem.
- (60) Iestādēm, kuru kompetencē ir šīs regulas pārraudzība, būtu savstarpēji jāsadarbojas gan valsts, gan ES līmenī, pēc iespējas labāk izmantojot esošās struktūras, tajā skaitā valstu sadarbības tīklus, Ieteikumā C(2018) 5949 *final* minēto Eiropas vēlēšanu sadarbības tīklu un Eiropas Audiovizuālo mediju pakalpojumu regulatoru grupu, kas izveidota saskaņā ar Direktīvu 2010/13/ES. Šādai sadarbībai būtu jāveicina ātra un droša informācijas apmaiņa par jautājumiem, kas saistīti ar šīm iestādēm uzticēto uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumu veikšanu saskaņā ar šo regulu, cita starpā kopīgi identificējot pārkāpumus, apmainoties ar konstatējumiem un zinātību un sadarbojoties saistībā ar attiecīgo noteikumu piemērošanu un izpildi.

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

- (63) Dalībvalstu iestādēm būtu jānodrošina, ka par šajā regulā noteikto pienākumu pārkāpumiem piemēro administratīvus naudas sodus vai finansiālas sankcijas. To darot, tām būtu jāņem vērā pārkāpuma raksturs, smagums, atkārtotības un ilgums, ņemot vērā sabiedrības intereses, veikto darbību apjomu un veidu, kā arī pārkāpēja finansiālo stāvokli. Šajā kontekstā būtu jāņem vērā 7. pantā noteikto pienākumu būtiskā nozīme šīs regulas mērķu efektīvā sasniegšanā. Turklāt tām būtu jāņem vērā tas, vai attiecīgais pakalpojumu sniedzējs sistemātiski vai atkārtoti nepilda savus pienākumus, kas izriet no šīs regulas, piemēram, kavējoties ar informācijas sniegšanu ieinteresētajām personām, kā arī attiecīgā gadījumā tas, vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs darbojas vairākās dalībvalstīs. Finansiālām sankcijām un administratīviem naudas sodiem katrā atsevišķā gadījumā jābūt efektīviem, samērīgiem un atturošiem, pienācīgi ņemot vērā pietiekamu un pieejamu procesuālo garantiju nodrošinājumu, un jo īpaši, lai nodrošinātu, ka politiskās debates paliek atklātas un pieejamas.
- (64) Šajā regulā noteikto uzraudzības iestāžu pilnvaru īstenošanai būtu jāpiemēro atbilstošas procesuālas garantijas saskaņā ar Savienības un dalībvalsts tiesību aktiem, tajā skaitā jānodrošina efektīva tiesiskā aizsardzība un pienācīgs process.
- (65) Dalībvalstīm pietiekami savlaicīgi pirms vēlēšanu kalendāra sākuma būtu jāpublicē precīzs vēlēšanu periodu ilgums, kas noteikts saskaņā ar to vēlēšanu tradīcijām.

- (66) Lai sasniegtu šīs regulas mērķus, būtu jādeleģē Komisijai pilnvaras saskaņā ar Līguma 290. pantu pieņemt tiesību aktus attiecībā uz 7. panta 7. punktu, lai sīkāk precizētu veidu, kādā saskaņā ar minēto pantu pārredzamības paziņojumos būtu jāsniedz prasības par informācijas sniegšanu, kā arī attiecībā uz 12. panta 8. punktu, lai sīkāk precizētu veidu, kādā būtu jāsniedz prasības par informācijas par mērķorientēšanu sniegšanu. Ir īpaši būtiski, lai Komisija organizētu attiecīgas apspriešanas, tajā skaitā ar katras dalībvalsts norīkotiem ekspertiem, un lai minētās apspriešanas tiktu rīkotas saskaņā ar principiem, kas noteikti 2016. gada 13. aprīļa Iestāžu nolīgumā par labāku likumdošanas procesu. Konkrēti, lai deleģēto aktu sagatavošanā nodrošinātu vienādu dalību, Eiropas Parlaments un Padome visus dokumentus saņem vienlaicīgi ar dalībvalstu ekspertiem, un minēto iestāžu ekspertiem ir sistemātiska piekļuve Komisijas ekspertu grupu sanāksmēm, kurās notiek deleģēto aktu sagatavošana.
- (67) Divu gadu laikā pēc katrām Eiropas Parlamenta vēlēšanām Komisijai būtu jāiesniedz publisks ziņojums par šīs regulas izvērtēšanu un pārskatīšanu. Sagatavojot minēto ziņojumu, Komisijai būtu jāņem vērā arī šīs regulas īstenošana saistībā ar citām Savienībā notiekošajām vēlēšanām un referendumiem. Ziņojumā cita starpā būtu jāpārskata šīs regulas pielikumos izklāstīto noteikumu turpmāka piemērotība un jāapsver to pārskatīšanas nepieciešamība.
- (68) Papildu pienākumi Eiropas politiskajām partijām par politiskās reklāmas izmantošanu ir paredzēti Regulā (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 par Eiropas politisko partiju un Eiropas politisko fondu statusu un finansēšanu.

- (69) Ņemot vērā to, ka šīs regulas mērķus, proti, veicināt politiskās reklāmas un ar to saistīto pakalpojumu iekšējā tirgus pareizu darbību un pieņemt noteikumus par mērķorientēšanas izmantošanu politiskās reklāmas publicēšanas un izplatīšanas kontekstā, nevar pietiekami labi sasniegt dalībvalstīs, un to, ka šos mērķus var labāk sasniegt Savienības līmenī, Savienība var pieņemt šo regulu saskaņā ar LES 5. pantā noteikto subsidiaritātes principu. Saskaņā ar minētajā pantā noteikto proporcionalitātes principu šajā regulā paredz vienīgi tos pasākumus, kas ir vajadzīgi minēto mērķu sasniegšanai.
- (70) Šī regula neskar noteikumus, kas konkrēti paredzēti Direktīvā 2000/31/EK, tajā skaitā minētās direktīvas 12.–15. pantā ietvertos noteikumus par starpnieku pakalpojumu sniedzēju saistībām (ar grozījumiem, kas veikti ar Regulu (ES) 2021/xxx [digitālo pakalpojumu tiesību aktu]), un noteikumus, kas paredzēti Regulā (ES) 2021/xxx [digitālo tirgu tiesību aktā], Direktīvā 2002/58/EK un Regulā (ES) XXX [e-privātuma regulā], kā arī Direktīvā 2010/13/ES, Direktīvā 2000/31/EK, Direktīvā 2002/58/EK, Direktīvā 2005/29/EK, Direktīvā 2011/83/ES, Direktīvā 2006/114/EK, Direktīvā 2006/123/EK un Regulā (ES) 2019/1150.
- (71) Saskaņā ar Regulas (ES) 2018/1725 42. panta 1. punktu ir notikusi apspriešanās ar Eiropas Datu aizsardzības uzraudzītāju, kas 2022. gada XX XX sniedza atzinumu,

IR PIENĒMUŠI ŠO REGULU.

I NODAĻA. VISPĀRĪGI NOTEIKUMI

1. pants

Priekšmets un [...] mērķi

1. Ar šo regulu paredz:

- a) saskaņotus pārredzamības pienākumus politiskās reklāmas un saistīto pakalpojumu sniedzējiem saglabāt, izpaust un publicēt informāciju, kas saistīta ar šādu pakalpojumu sniegšanu;
- b) saskaņotus noteikumus par mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu saistībā ar politiskās reklāmas publicēšanu, izplatīšanu vai popularizēšanu, kas ietver persondatu [...] apstrādi.

[...]

[...] 2. Šīs regulas mērķi ir:

- a) veicināt politiskās reklāmas un saistīto pakalpojumu iekšējā tirgus pareizu darbību;
- b) aizsargāt fiziskas personas attiecībā uz persondatu apstrādi.

[...]

1.a pants

Darbības joma

1. Šo regulu piemēro politiskajai reklāmai, ko veido, izvieta, publicē vai izplata Savienībā vai adresē personām vienā vai vairākās dalībvalstīs, neatkarīgi no politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēja [...] iedibinājuma vietas un izmantotajiem līdzekļiem.
2. Šī regula neietekmē ne politiskās reklāmas saturu, ne Savienības vai dalībvalstu noteikumus, kas reglamentē politiskās reklāmas noformējumu, vēlēšanu periodus un politisko kampaņu norisi.

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

- a) Direktīvā 2000/31/EK;**
- b) Direktīvā 2002/58/EK un Regulā (ES) XXX [e-privātuma regulā];**
- c) Direktīvā 2005/29/EK;**
- d) Direktīvā 2006/114/EK;**
- e) Direktīvā 2006/123/EK;**
- f) Direktīvā 2010/13/ES;**
- g) Direktīvā 2011/83/ES;**
- h) Regulā (ES) 2019/1150;**
- i) [Regulā (ES) 2021/xxx [digitālo pakalpojumu tiesību aktā]].**

2. pants

Definīcijas

Šajā regulā [...]:

1. "pakalpojums" ir jebkura pašnodarbinātā saimnieciskā darbība, parasti par atlīdzību, kā norādīts LESD 57. pantā;

2. "politiskā reklamēšana" ir noteikta vēstījuma izveide, izvietošana, popularizēšana, publicēšana vai izplatīšana jebkādā veidā, ja:
- a) to veic politiskais aktors vai tā vārdā vai uzdevumā, ja vien šādam vēstījumam nav tikai privāts vai tikai komerciāls raksturs; vai
 - b) vēstījums var ietekmēt **un ir vērsts uz to, lai ietekmētu** vēlēšanu vai referenduma iznākumu, likumdošanas vai regulatīvo procesu vai vēlēšanu uzvedību.

Tas neietver politiskos uzskatus, kas [...] jebkuros medijos pausti saskanā ar pakalpojumu sniedzēja redakcionālo atbildību, [...] ja vien pakalpojumu sniedzējs par pausto politisko viedokli nav saņēmis atlīdzību.

3. "politiskā reklāma" ir politiskās reklamēšanas piemērs, **kas publicēts vai izplatīts jebkādiem līdzekļiem;**
4. "politiskais aktors" ir jebkurš no turpmāk minētajiem:
- a) politiskā partija Regulas (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 2. panta 1. punkta nozīmē vai struktūra, kas [...] saistīta ar [...] šādu politisko partiju;
 - b) politiskā apvienība Regulas (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 2. panta 2. punkta nozīmē;
 - c) Eiropas politiskā partija Regulas (ES, *Euratom*) Nr. 1141/2014 2. panta 3. punkta nozīmē;
 - d) kandidāts uz **vai persona, kas ienem** jebkuru vēlētu amatu [...] **Savienības**, valsts, reģionālā un vietējā līmenī, vai kandidāts uz kādu no vadošajiem amatiem politiskajā partijā;

[...]

- f) **Savienības iestāžu** [...] loceklis, **izņemot Eiropas Savienības Tiesu, Eiropas Centrālo banku un Revīzijas palātu, vai** [...] **dalībvalstu** valdības loceklis valsts, reģionālā vai vietējā līmenī;
- g) politiskās kampaņas organizācija ar juridiskas personas statusu vai bez šāda statusa, kas izveidota, lai [...] **ietekmētu** [...] vēlēšanu vai referendumu **iznākumu**;
- h) jebkura fiziska vai juridiska persona, kas pārstāv kādu no a)–g) apakšpunktā minētajām personām vai organizācijām vai rīkojas tās vārdā [...] **un** kas popularizē tās politiskos mērķus;

5. "politiskās reklāmas pakalpojums" ir pakalpojums, kas ietver politiskās reklāmas nodrošināšanu, izņemot tādu tiešsaistes starpniecības pakalpojumu Regulas (ES) 202[...]2/XXX [digitālo pakalpojumu tiesību akta] 2. panta f) punkta nozīmē, kurš tiek sniegts bez atlīdzības par konkrētā vēstījuma izvietojumu, **popularizēšanu**, publicēšanu vai izplatīšanu;

5.a "politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs" ir fiziska vai juridiska persona, kas sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, izņemot pakalpojumu sniedzējus, kas sniedz tikai papildpakalpojumus;

6. "politiskās reklāmas kampaņa" ir kopīgi izstrādātu, sponsorētu un finansētu savstarpēji saistītu **politisko** reklāmu sērijas izveide, izvietojšana, popularizēšana, publicēšana vai izplatīšana saskaņā ar politiskās reklāmas līgumu;

7. "sponsors" ir fiziska vai juridiska persona, kuras vārdā tiek veidota, izvietota, **popularizēta**, publicēta vai izplatīta politiskā reklāma;

8. "mērķorientēšanas [...] metodes" ir metodes, ko izmanto, lai [...] adresētu pielāgotu politisko reklāmu konkrētai personai vai personu grupai [...];

8.a "pastiprināšanas metodes" ir metodes, ko izmanto, lai palielinātu politiskās reklāmas apriti, sasniedzamību vai redzamību;

9. "vēlēšanu periods" ir periods pirms vēlēšanām vai referenduma dalībvalstī, to laikā vai uzreiz pēc tiem, kura laikā uz kampaņas darbībām attiecas īpaši **dalībvalstu** noteikumi;
10. "attiecīgais elektorāts" ir to personu kopums, kam ir tiesības balsot vēlēšanās vai referendumā dalībvalstī, kurā [...] **tiek publicēta vai izplatīta** politiskā reklāma, un kas var būt viss dalībvalsts elektorāts;
11. "politiskās reklāmas publicētājs" ir **politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs** [...], kas ar jebkura medija palīdzību **publicē vai izplata reklāmu** [...];
12. "pārzinis" ir pārzinis saskaņā ar Regulas (ES) 2016/679 **3. panta** [...] **8. punktu** [...] vai attiecīgā gadījumā Regulas (ES) 2018/1725 4. panta 8. punktu.

Šā panta pirmās daļas 2. punkta nozīmē oficiālos avotos pieejami vēstījumi, [...] **kas attiecas vienīgi uz** organizēšanu un dalības kārtību vēlēšanās vai referendumos vai dalības popularizēšanu vēlēšanās vai referendumos, nav uzskatāmi par politisko reklāmu.

2.a pants

Politiskās reklāmas identificēšana

Lai noteiktu, vai vēstījums ir politiska reklāma 2. panta 2. punkta b) apakšpunkta nozīmē, nem vērā visas tā iezīmes un jo īpaši attiecīgos faktorus:

- (a) **vēstījuma saturu;**
- (b) **vēstījuma sponsoru;**
- (c) **vēstījuma nodošanai izmantoto valodu, vēstījuma popularizēšanas, publicēšanas vai izplatīšanas līdzekļus un mērķauditoriju;**
- (d) **kontekstu, kādā vēstījums tiek nodots, tostarp izplatīšanas laikposmu, piemēram, vēlēšanu vai referenduma laikposmus un likumdošanas vai regulatīvo procesu;**
- (e) **vēstījuma mērķi.**

[...] Iekšējā tirgus princips

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

II NODAĻA. POLITISKĀS REKLĀMAS PAKALPOJUMU PĀRREDZAMĪBAS PIENĀKUMI

4. pants

Politiskās reklāmas pakalpojumu pārredzamība

1. Politiskās reklāmas pakalpojumus sniedz pārredzamā veidā saskaņā ar šīs regulas [...] **2. nodaļā** noteiktajiem pienākumiem.
2. **Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji nodrošina, ka līgumos, kas noslēgti par politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu, ir norādīts, kā tiek ievēroti attiecīgie šīs regulas noteikumi.**

5. pants

Politiskās reklāmas pakalpojumu identificēšana

1. Reklāmas pakalpojumu sniedzējiem ir pienākums prasīt sponsoriem un reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā, norādīt, vai reklāmas pakalpojums, kuru tie lūdz pakalpojumu sniedzējam izpildīt, ir politiskās reklāmas pakalpojums 2. panta 5. punkta nozīmē. Sponsoru un reklāmas pakalpojumu sniedzēji, kas rīkojas sponsoru vārdā, **labticīgi** sniedz šādas ziņas.
2. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji nodrošina, ka saskaņā ar līgumu, kas noslēgts par politiskās reklāmas pakalpojumu sniegšanu, [...] **sponsoram vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā [...], ir jāsniedz attiecīgā informācija, kas vajadzīga, lai ievērotu 6. panta 1. punkta prasības. Minēto informāciju sniedz [...] pilnīgi un precīzi un bez liekas kavēšanās.**

- 3. Ja paziņojums vai informācija ir acīmredzami kļūdaini, reklāmas pakalpojumu sniedzēji pieprasa sponsoriem vai reklāmas pakalpojumu sniedzējiem, kas rīkojas sponsoru vārdā, labot savu paziņojumu. Sponsoru vai reklāmas pakalpojumu sniedzēji, kas rīkojas sponsoru vārdā, šādu labojumu veic pilnīgi un precīzi un bez liekas kavēšanās.**

6. pants

Uzskaitē [...]

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

[...]

6.a pants

Informācijas nodošana politiskās reklāmas publicētājam

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

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

Pārredzamības prasības attiecībā uz katru politisko reklāmu

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

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

2. Pārskatāmības paziņojumā [...] iekļauj šādu informāciju:
 - a) sponsora identitāte **un iedibinājuma vieta un attiecīgā gadījumā vienība, kam ir galīgā kontrole pār sponsoru**, un **to** kontaktinformācija;
 - b) laikposms, kurā paredzēts publicēt un izplatīt politisko reklāmu [...];

- c) [...] informācija par kopējām izlietotajām summām vai citiem ieguvumiem, ko saņēmuši **politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, tostarp par to, ko publicētājs saņēmis** daļējas vai pilnīgas apmaiņas veidā par [...] **politiskās reklāmas pakalpojumiem**, [...] **ko tas sniedzis par** attiecīgo reklāmu un attiecīgā gadījumā politiskās reklāmas kampaņu, un to avotiem;
- d) attiecīgā gadījumā – norāde par vēlēšanām vai referendumiem, ar kuriem reklāma ir saistīta;
- e) attiecīgā gadījumā – **6. punktā minētās [...]** saites uz reklāmu tiešsaistes repozitorijiem;
- f) informācija par to, kā izmantot 9. panta 1. punktā paredzētos mehānismus;

fa) attiecīgā gadījumā – 12. panta 4. punktā norādītā informācija.

[...] Informāciju, kas jāiekļauj pārredzamības paziņojumā, sniedz, izmantojot I pielikumā norādītos īpašos datu laukus.

2.a Pārredzamības paziņojumu iekļauj katrā politiskajā reklāmā, vai to var viegli iegūt no tās pirmās publicēšanas un līdz tās publicēšanas beigām. To pastāvīgi atjaunina. Pārredzamības paziņojumus sagatavo viegli pieejamā formātā un, ja tehniski iespējams, mašīnlasāmā, skaidri redzamā un lietotājdraudzīgā formātā, arī izmantojot vienkāršu valodu.

3. Politiskās reklāmas pakalpojumu publicētāji pieliek saprātīgas pūles, lai nodrošinātu, ka [...] 2. punktā minētā informācija ir pilnīga un **precīza. Ja politiskās reklāmas publicētājam kļūst zināms, ka [...] 2. punktā [...] minētā informācija ir nepilnīga vai neprecīza, tam būtu jāpieliek saprātīgas pūles, tostarp attiecīgā gadījumā sazinoties ar attiecīgo sponsoru vai pakalpojumu sniedzējiem, lai papildinātu vai labotu informāciju.**[...] Ja [...] **informāciju nevar papildināt vai labot bez liekas kavēšanās, publicētājs [...] nedara pieejamu vai pārtrauc** politiskās reklāmas **publicēšanu vai izplatīšanu [...] un informē attiecīgo pakalpojumu sniedzēju un attiecīgā gadījumā sponsoru.**

Ja sponsoram vai politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem kļūst zināms, ka politiskās reklāmas publicētājam nosūtītā vai viņa publicētā informācija ir nepilnīga vai neprecīza, tie bez liekas kavēšanās sazinās ar attiecīgo politiskās reklāmas publicētāju un attiecīgā gadījumā nosūta pilnīgu vai labotu informācija politiskās reklāmas publicētājam.

[...]

5. Politiskās reklāmas publicētāji glabā savus pārredzamības paziņojumus kopā ar jebkādiem to grozījumiem piecus gadus pēc [...] [...] **pēdējās publikācijas.**
6. Politiskās reklāmas publicētāji, kas ir ļoti lielas tiešsaistes platformas Regulas (ES) 2021/xxx [DPTA] 25. panta nozīmē, nodrošina, ka repozitorijos, kurus tie dara pieejamus **reāllaikā** saskaņā ar [digitālo pakalpojumu tiesību akta] 30. pantu, attiecībā uz katru repozitorijā esošo politisko reklāmu ir sniegta 2. punktā minētā **atjauninātā** informācija.

7. Dalībvalstis, to kompetentās iestādes un Komisija mudina izstrādāt rīcības kodeksus, kas paredzēti, lai veicinātu šā panta pareizu piemērošanu, ņemot vērā attiecīgo iesaistīto pakalpojumu sniedzēju raksturīgās iezīmes un mikrouzņēmumu un mazo un vidējo uzņēmumu (Direktīvas 2013/34/ES 3. panta nozīmē) īpašās vajadzības.
8. Komisija ir pilnvarota pieņemt deleģētos aktus saskaņā ar 19. pantu, lai grozītu I pielikumu, papildinot [...] **vai** grozot [...] elementus tās informācijas sarakstā, kas sniedzama saskaņā ar 2. punktu, ja, ņemot vērā tehnoloģiju attīstību, **attiecīgos zinātniskos pētījumus, kompetento iestāžu veiktās uzraudzības attīstību un kompetento struktūru izdotos attiecīgos norādījumus**, šāds grozījums ir nepieciešams, lai izprastu politiskās reklāmas plašāku kontekstu un tās mērķus.

8. pants

Periodiski ziņojumi par politiskās reklāmas pakalpojumiem

1. Politiskās reklāmas publicētāji [...] savos gada finanšu pārskatos kā daļu no vadības ziņojuma Direktīvas 2013/34/ES 19. panta nozīmē iekļauj pa kampaņām apkopotu informāciju par summām vai par tādu citu labumu vērtību, kas daļēji vai pilnībā saņemti apmaiņā pret sniegtajiem pakalpojumiem, tajā skaitā par mērķorientēšanas un pastiprināšanas metožu izmantošanu.
2. Šā panta 1. punkts neattiecas uz uzņēmumiem, kas ietilpst Direktīvas 2013/34/ES 3. panta **1. līdz** [...] 3. punktā [...] norādītajā kategorijā.

9. pants

Paziņošana par iespējami nelikumīgām politiskajām reklāmām

- 1.** [...] Ja reklāmas publicētāji sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, tie ievieš mehānismus, kas ļauj **fiziskām vai juridiskām personām** bez maksas paziņot, ka konkrēta reklāma, ko tie ir publicējuši, neatbilst šai regulai.

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

Informācijas nosūtīšana kompetentajām iestādēm

1. Kompetentajām valsts iestādēm ir pilnvaras pieprasīt politiskās reklāmas pakalpojumu [...] sniedzējiem nosūtīt [...] informāciju, **kas tām vajadzīga saskaņā ar** [...] 6., 7. un 8. pantu. Nosūtītā informācija [...] **ir** pilnīga, precīza un uzticama, un tā tiek sniegta skaidrā, saskanīgā, konsolidētā un saprotamā formātā. Ja tas ir tehniski iespējams, informāciju nosūta mašīnlasāmā formātā.
- 1.a** Pieprasījumā ir šādi elementi:
 - a) pamatojums, kurā paskaidroti iemesli, kādēļ informācija tiek pieprasīta un kāpēc pieprasījums ir nepieciešams un samērīgs, ja vien tas nav vērsts uz mērķi novērst, **atklāt**, izmeklēt noziedzīgus nodarījumus [...] un saukt pie atbildības par tiem, ciktāl pieprasījuma iemesli varētu apdraudēt šo mērķi;
 - b) informācija par tiesiskās aizsardzības līdzekļiem, kas pieejami attiecīgajam pakalpojumu sniedzējam un politiskās reklāmas pakalpojuma sponsoram.
2. Saņemot pieprasījumu saskaņā ar 1. punktu, politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji divu darba dienu laikā apstiprina, ka ir saņēmuši šo pieprasījumu, un informē iestādi par pasākumiem, kas veikti, lai to izpildītu. Attiecīgais pakalpojumu sniedzējs sniedz pieprasīto informāciju desmit darba dienu laikā. **Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. līdz 3. punkts, pieliek saprātīgas pūles, lai piecpadsmit darba dienu laikā sniegtu pieprasīto informāciju. Pēdējā mēnesī pirms vēlēšanām vai referenduma politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji sniedz pieprasīto informāciju 48 stundu laikā. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, uz kuriem attiecas Direktīvas 2013/34/ES 3. panta 1. līdz 3. punkts, pieliek saprātīgas pūles, lai bez liekas kavēšanās sniegtu pieprasīto informāciju.**

3. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji norīko kontaktpunktu sadarbībai ar kompetentajām valstu iestādēm. Politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzēji, [...] **uz kuriem attiecas** Direktīvas 2013/34/ES 3. panta **1. līdz 3. punkts**, par kontaktpersonu var iecelt ārēju fizisku personu.

11. pants

Informācijas nosūtīšana citām ieinteresētajām personām

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

[...]
2. Ieinteresētās personas, kas pieprasa informācijas nosūtīšanu saskaņā ar 1. punktu, ir neatkarīgas no komerciālām interesēm un ietilpst vienā vai vairākās no šādām kategorijām:
 - a) pārbaudīti pētnieki saskaņā ar Regulas (ES) 2021/xxx [digitālo pakalpojumu tiesību akta] 31. pantu;
 - b) tādas pilsoniskās sabiedrības organizācijas biedri, kuras statūtos noteiktie mērķi ir aizsargāt un popularizēt sabiedrības intereses un kura ir pilnvarota saskaņā ar valsts vai Savienības tiesību aktiem;
 - c) politiskie aktori [...]; [...]
 - d) dalībvalstī [...] **atzīti** valsts vai starptautiski vēlēšanu novērotāji [...]; **vai**
 - e) **žurnālisti**.

[...]

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

III NODAĻA. POLITISKĀS REKLĀMAS MĒRĶORIENTĒŠANA UN PASTIPRINĀŠANA

12. pants

Īpašas prasības attiecībā uz mērķorientēšanu un pastiprināšanu

1. [Ir aizliegtas mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, kas ietver Regulas (ES) 2016/679 9. panta 1. punktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 1. punktā minēto persondatu apstrādi saistībā ar politisko reklāmu.
2. Panta **1. punktā** [...] noteikto aizliegumu nepiemēro Regulas (ES) 2016/679 9. panta 2. punkta a) un d) apakšpunktā un Regulas (ES) 2018/1725 10. panta 2. punkta a) un d) apakšpunktā minētajos gadījumos.]
3. Saistībā ar politisko reklāmu izmantojot mērķorientēšanas vai pastiprināšanas metodes, kas ietver persondatu apstrādi, pārziņi papildus attiecīgi Regulā (ES) 2016/679 un Regulā (ES) 2018/1725 noteiktajām prasībām ievēro arī šādas prasības:
 - a) pieņem, [...] īsteno **un dara publiski pieejamu** iekšējās politikas dokumentu, kurā skaidri un vienkāršā valodā aprakstīta šādu metožu izmantošana, jo īpaši nolūkā mērķorientēti vērsties pie fiziskām personām vai pastiprināt satura ietekmi, un glabā šādu politikas dokumentu piecus gadus;
 - b) veic uzskaiti par mērķorientēšanas vai pastiprināšanas izmantošanu, attiecīgajiem izmantotajiem mehānismiem, metodēm un parametriem, kā arī par izmantoto persondatu avotu(-iem).

c) kopā ar **norādi, ka tā ir** politiska reklāma, sniedz papildu informāciju, kas nepieciešama, lai attiecīgā fiziskā persona varētu saprast izmantotās metodes loģiku un galvenos parametrus, kā arī trešo personu nodrošinātu datu un papildu analītisko metožu izmantošanu. **Iekļaujamo informāciju sniedz, izmantojot II pielikumā norādītos īpašos datu laukus.** [...] **4. Tajā jo īpaši iekļauj šādu informāciju:**

i) **konkrētas saņēmēju grupas, tostarp parametri, ko izmanto, lai noteiktu saņēmējus, kuriem reklāma tiek izplatīta;**

ii) **mērķorientēšanai un pastiprināšanai izmantoto persondatu kategorijas un avoti;**

iii) **izplatīšanas periods;**

iv) **saite uz 3. punkta a) apakšpunktā minēto politiku vai skaidra norāde uz to, kur var viegli iegūt informāciju par 3. punkta a) apakšpunktā minēto politiku.**

4.a Ja pārzini nav reklāmas publicētāji, pārzini nosūta iekšējās politikas dokumentu **un nodrošina, ka [...] 4. punktā minētā informācija tiek paziņota** [...] politiskās reklāmas publicētājam, **lai politiskās reklāmas publicētājs varētu izpildīt savas saistības saskaņā ar šo regulu. Informāciju nosūta savlaicīgi un precīzi saskaņā ar paraugpraksi un nozares standartiem, izmantojot standartizētu, automatizētu procesu, ja tas tehniski iespējams.**

4.b **Reklāmas pakalpojumu sniedzēji vajadzības gadījumā nosūta pārzinim informāciju, kas vajadzīga, lai izpildītu 3. un 4. punktā noteiktās prasības.**

5. Politiskās reklāmas publicētāji, kas izmanto metodes, **kuras ietver persondatu apstrādi,** [...] reklāmā vai kopā ar to [...] **vai** 7. pantā prasītajā pārredzamības paziņojumā iekļauj atsauci uz efektīviem līdzekļiem, ar ko tiek atbalstīta personu tiesību īstenošana saskaņā ar **attiecīgi** Regulu (ES) 2016/679 **vai Regulu (ES) 2018/1725.**
6. Informāciju, kas jāsniedz saskaņā ar [...] **3.–5. punktu,** sniedz viegli pieejamā formātā un, ja tas ir tehniski iespējams, mašīnlasāmā, skaidri redzamā un lietotājdraudzīgā formātā, arī izmantojot vienkāršu valodu.
- [...]
8. Komisija ir pilnvarota pieņemt deleģētos aktus saskaņā ar 19. pantu, lai grozītu II pielikumu, **pievienojot vai** grozot [...] elementus tās informācijas sarakstā, kas sniedzama saskaņā ar šā panta **[...]**3.**([...])** punkta c) apakšpunktu, ņemot vērā tehnoloģisko attīstību, [...] attiecīgo zinātnisko pētījumu un kompetento iestāžu veiktās uzraudzības attīstību, kā arī kompetento iestāžu izdotos attiecīgos norādījumus.

13. pants

Informācijas par mērķorientēšanu vai pastiprināšanu nosūtīšana citām ieinteresētajām personām

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

IV NODAĻA. UZRAUDZĪBA UN IZPILDES PANĀKŠANA

14. pants

Juridiskais pārstāvis

1. Pakalpojumu sniedzēji, kuri Savienībā sniedz politiskās reklāmas pakalpojumus, bet kuriem nav iedibinājuma Savienībā, rakstveidā norīko fizisku vai juridisku personu par savu juridisko pārstāvi kādā dalībvalstī, kurā pakalpojumu sniedzējs piedāvā savus pakalpojumus.
2. Juridiskais pārstāvis ir atbildīgs par to, lai nodrošinātu pārstāvētā pakalpojumu sniedzēja pienākumu izpildi saskaņā ar šo regulu, un ar tā starpniecību notiek visa saziņa ar attiecīgo pakalpojumu sniedzēju. Jebkāda saziņa ar šo juridisko pārstāvi ir uzskatāma par saziņu ar pārstāvēto pakalpojumu sniedzēju.

Kompetentās iestādes un kontaktpunkti

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

4. Šā panta 3. punktā minētajām kompetentajām iestādēm, veicot savus uzraudzības uzdevumus saistībā ar šo regulu, ir tiesības no politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem pieprasīt piekļuvi datiem, dokumentiem vai jebkādu informācijai, kas vajadzīga to uzraudzības uzdevumu veikšanai.
5. Šā panta 3. punktā minētās kompetentās iestādes, īstenojot savas izpildes pilnvaras saistībā ar šo regulu, ir pilnvarotas:
- a) izteikt brīdinājumus politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem par to, ka tie neievēro šajā regulā noteiktos pienākumus;
 - b) publiskot paziņojumu, kurā norāda fizisko un juridisko personu vai personas, kas atbild par šajā regulā noteikta pienākuma pārkāpumu, un attiecīgā pārkāpuma raksturu;
 - c) piemērot administratīvus naudas sodus un finansiālas sankcijas.
6. Dalībvalstis nodrošina sadarbību starp kompetentajām iestādēm, jo īpaši valstu vēlēšanu tīklu ietvaros, lai veicinātu ātru un drošu informācijas apmaiņu par jautājumiem, kas saistīti ar to uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumu veikšanu saskaņā ar šo regulu, cita starpā kopīgi identificējot pārkāpumus, apmainoties ar konstatējumiem un zinātību un sadarbojoties saistībā ar attiecīgo noteikumu piemērošanu un izpildi.
7. Katra dalībvalsts norīko vienu kompetento iestādi kā kontaktpunktu Savienības līmenī šīs regulas vajadzībām.

8. Ja politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējs sniedz pakalpojumus vairāk nekā vienā dalībvalstī vai ja tā galvenais iedibinājums vai pārstāvis ir vienā dalībvalstī, bet tas savas galvenās darbības veic citā dalībvalstī, tās dalībvalsts kompetentā iestāde, kurā atrodas galvenais iedibinājums vai cits iedibinājums, vai pārstāvis, un minēto citu dalībvalstu kompetentās iestādes sadarbojas un pēc vajadzības cita citai palīdz. Ja vien to jau nereglamentē Savienības tiesību akti, šī sadarbība ietver vismaz šādus pasākumus:
- a) kompetentās iestādes, kas piemēro uzraudzības vai izpildes pasākumus dalībvalstī, ar 7. punktā minētā kontaktpunkta starpniecību informē citu attiecīgo dalībvalstu kompetentās iestādes un apspriežas ar tām par veiktajiem uzraudzības un izpildes pasākumiem un turpmākiem pasākumiem;
 - b) kompetentā iestāde ar 7. punktā minētā kontaktpunkta starpniecību pamatotos gadījumos un samērīgā veidā var lūgt citu kompetento iestādi, ja tā ir piemērotākā situācijā, veikt 4. un 5. punktā minētos uzraudzības vai izpildes pasākumus; un
 - c) kompetentā iestāde, saņemot pamatotu lūgumu no citas kompetentās iestādes, sniedz otrai kompetentajai iestādei palīdzību, lai 4. un 5. punktā minētos uzraudzības vai izpildes pasākumus varētu īstenot efektīvi, iedarbīgi un konsekventi. Attiecīgā kompetentā iestāde, kas saņēmusi šādu pieprasījumu, ar 7. punktā minēto kontaktpunktu starpniecību un termiņā, kas ir samērīgs ar pieprasījuma steidzamību, sniedz atbildi, norādot pieprasīto informāciju vai informējot, ka tā neuzskata, ka ir izpildīti šajā regulā paredzētie nosacījumi palīdzības pieprasīšanai. Jebkādu informāciju, ar kuru apmainās saistībā ar palīdzību, kas pieprasīta un sniegta saskaņā ar šo pantu, izmanto tikai attiecībā uz jautājumu, par kuru tā tika pieprasīta.
9. Kontaktpunkti periodiski tiekas Savienības līmenī Eiropas vēlēšanu sadarbības tīklā, lai veicinātu ātru un drošu informācijas apmaiņu par jautājumiem, kas saistīti ar to uzraudzības un izpildes panākšanas uzdevumu veikšanu saskaņā ar šo regulu.

16. pants

Sankcijas

1. Attiecībā uz 5.–11., 13. un 14. pantu dalībvalstis paredz noteikumus par sankcijām, tajā skaitā administratīviem naudas sodiem un finansiālām sankcijām, kas piemērojamas to jurisdikcijā esošiem politiskās reklāmas pakalpojumu sniedzējiem par šīs regulas pārkāpumiem un kas katrā atsevišķā gadījumā ir efektīvas, samērīgas un atturošas.
2. Dalībvalstis divpadsmit mēnešu laikā no šīs regulas spēkā stāšanās dienas informē Komisiju par šādiem noteikumiem un nekavējoties paziņo tai par jebkādiem turpmākiem grozījumiem, kas tos skar.
3. Lemjot par sankciju veidu un apmēru, katrā atsevišķā gadījumā pienācīgi ņem vērā cita starpā šādus aspektus:
 - a) pārkāpuma raksturu, smagumu un ilgumu;
 - b) to, vai pārkāpums izdarīts tīši vai neuzmanības dēļ;
 - c) visas darbības, kas veiktas, lai mazinātu jebkādu kaitējumu;
 - d) jebkādas attiecīgus iepriekšējus pārkāpumus un citus atbildību pastiprinošus vai mīkstinošus apstākļus, kas piemērojami attiecīgā gadījuma apstākļiem; un
 - e) sadarbības līmeni ar kompetento iestādi.
4. Šīs regulas 7. panta pārkāpumus uzskata par īpaši nopietniem, ja tie attiecas uz politisko reklāmu, kas publicēta vai izplatīta vēlēšanu periodā un ir adresēta iedzīvotājiem dalībvalstī, kurā tiek rīkotas attiecīgās vēlēšanas.

5. Ja pakalpojumu sniedzējs tīši vai nolaidības dēļ pārkāpj šīs regulas noteikumus attiecībā uz vienu un to pašu vai saistītu politisko reklāmu, administratīvā naudas soda kopsumma ir pietiekami koriģējama, lai ņemtu vērā visus attiecīgos faktorus; to, ka regula ir pārkāpta vairākos aspektos, atspoguļo kopējā naudas soda apmērā saskaņā ar proporcionalitātes principu.
6. Par 12. pantā noteikto pienākumu pārkāpumiem Regulas (ES) 2016/679 51. pantā minētās uzraudzības iestādes savas kompetences ietvaros var uzlikt administratīvos naudas sodus saskaņā ar Regulas (ES) 2016/679 83. pantu, nepārsniedzot minētās regulas 83. panta 5. punktā minēto summu.
7. Par 12. pantā noteikto pienākumu pārkāpumiem Regulas (ES) 2018/1725 52. pantā minētā uzraudzības iestāde savas kompetences ietvaros var uzlikt administratīvos naudas sodus saskaņā ar Regulas (ES) 2018/1725 66. pantu, nepārsniedzot minētās regulas 66. panta 3. punktā minēto summu.

17. pants

Vēlēšanu periodu publicēšana

Katra dalībvalsts viegli pieejamā vietā publicē valsts vēlēšanu periodu datumus ar attiecīgu atsauci uz šo regulu.

V NODAĻA. NOBEIGUMA NOTEIKUMI

18. pants

Izvērtēšana un pārskatīšana

Divu gadu laikā pēc katrām Eiropas Parlamenta vēlēšanām un pirmo reizi ne vēlāk kā līdz 2026. gada 31. decembrim Komisija iesniedz ziņojumu par šīs regulas izvērtēšanu un pārskatīšanu. Šajā ziņojumā novērtē regulas grozīšanas nepieciešamību. Ziņojumu publisko.

19. pants

Deleģēšanas īstenošana

1. Pilnvaras pieņemt deleģētos aktus Komisijai piešķir, ievērojot šajā pantā izklāstītos nosacījumus.
2. Pilnvaras pieņemt 7. panta 8. punktā un 12. panta 8. punktā minētos deleģētos aktus Komisijai piešķir uz laikposmu [līdz šīs regulas piemērošanas izvērtēšanai – divus gadus pēc nākamajām Eiropas Parlamenta vēlēšanām].
3. Eiropas Parlaments vai Padome jebkurā laikā var atsaukt 7. panta 8. punktā un 12. panta 8. punktā minēto pilnvaru deleģēšanu. Ar lēmumu par atsaukšanu izbeidz tajā norādīto pilnvaru deleģēšanu. Lēmums stājas spēkā nākamajā dienā pēc tā publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* vai vēlākā dienā, kas tajā norādīta. Tas neskar jau spēkā esošos deleģētos aktus.

4. Tiklīdz Komisija pieņem deleģētu aktu, tā par šo aktu paziņo vienlaikus Eiropas Parlamentam un Padomei.
5. Saskaņā ar 7. panta 8. punktu vai 12. panta 8. punktu pieņemts deleģētais akts stājas spēkā tikai tad, ja divos mēnešos no dienas, kad minētais akts paziņots Eiropas Parlamentam un Padomei, ne Eiropas Parlaments, ne Padome nav izteikuši iebildumus vai ja pirms minētā laikposma beigām gan Eiropas Parlaments, gan Padome ir informējuši Komisiju par savu nodomu neizteikt iebildumus. Pēc Eiropas Parlamenta vai Padomes iniciatīvas šo laikposmu pagarina par diviem mēnešiem.

20. pants

Stāšanās spēkā un piemērošana

1. Šī regula stājas spēkā divdesmitajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.
2. To piemēro no 2023. gada 1. aprīļa.
3. Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē,

*Eiropas Parlamenta vārdā –
priekšsēdētāja*

*Padomes vārdā –
priekšsēdētājs*