

V Bruseli 10. júna 2022
(OR. en)

Medziinštitucionálny spis:
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

POZNÁMKA

Od:	Generálny sekretariát Rady
Komu:	Delegácie
Č. predch. dok.:	8647/22 + REV1
Č. dok. Kom.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Predmet:	Návrh NARIADENIA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY o transparentnosti a cieleň politickej reklamy – kompromisné znenie predsedníctva

Delegáciám zasielame v prílohe **revidované** kompromisné znenie predsedníctva k uvedenému návrhu balíka.

Vypustený text návrhu Komisie označuje symbol [...], doplnený text k návrhu Komisie je vyznačený **podčiarknutým tučným písmom**.

Návrh

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

(Text s významom pre EHP)

EURÓPSKY PARLAMENT A RADA EURÓPSKEJ ÚNIE,

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

so zreteľom na návrh Európskej komisie,

po postúpení návrhu legislatívneho aktu národným parlamentom,

so zreteľom na stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru¹,

so zreteľom na stanovisko Výboru regiónov²,

konajúc v súlade s riadnym legislatívnym postupom,

¹ Ú. v. EÚ C , , s. .

² Ú. v. EÚ C , , s. .

keďže:

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

- (4) Potreba zabezpečiť transparentnosť je legitímnym verejným cieľom v súlade s hodnotami, ktoré zdieľa EÚ a jej členské podľa článku 2 Zmluvy o Európskej únii (ďalej len „ZEÚ“). Pre občanov nie je vždy jednoduché rozpoznať politické reklamné oznámenia a informovaným spôsobom uplatňovať svoje demokratické práva. **Pre EÚ a členské štáty predstavujú rastúca sofistikovanosť dezinformácií, diverzifikácia aktérov, rýchly vývoj nových technológií a intenzívnejšie šírenie manipulatívneho zasahovania náročné výzvy. Politická reklama môže byť nositeľom dezinformácií, najmä ak sa pri reklame neuvádza, že má politickú povahu a keď je cieľená alebo jej vplyv zosilňovaný.** Vysoká úroveň transparentnosti je potrebná okrem iného na podporu otvorenej a spravodlivej politickej diskusie **pri zaistení demokratických politických kampaní** a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend, ako aj na boj proti dezinformáciám a nezákonnému zasahovaniu, a to aj zo zahraničia. [...]. Transparentnosť politickej reklamy prispieva k tomu, aby voliči v situácii, keď sa im predkladá politické reklamné oznámenie, mohli lepšie porozumieť tomu, v koho mene sa dané reklamné oznámenie realizuje a akým spôsobom ho poskytovateľ reklamných služieb na nich zaciľuje, aby tak voliči dokázali lepšie prijímať informované rozhodnutia.
- (5) V kontexte politickej reklamy sa často používajú techniky cielenia a zosilňovania vplyvu. Techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu by sa mali chápať ako techniky, ktoré slúžia buď na to, aby sa pomocou prispôbeného politického reklamného oznámenia oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb, alebo na to, aby sa zvýšil obeh, dosah či viditeľnosť politického reklamného oznámenia. Vzhľadom na to, akým silným nástrojom je cielenie vrátane mikrocílenia a iných pokročilých techník a aký v súvislosti s nimi existuje potenciál na zneužitie osobných údajov, môžu takéto techniky predstavovať mimoriadnu hrozbu pre legitímne verejné záujmy, ako je spravodlivosť, rovnaké príležitosti a transparentnosť vo volebnom procese a základné právo byť informovaný objektívnym, transparentným a pluralitným spôsobom.

- (6) V súčasnosti má regulácia politickej reklamy v členských štátoch rôznorodé podoby a v mnohých prípadoch sa zameriava skôr na tradičné formy médií. Existujú osobitné obmedzenia, ktoré sa týkajú aj cezhraničného poskytovania služieb politickej reklamy. V niektorých členských štátoch majú poskytovatelia služieb EÚ usadení v iných členských štátoch zákaz poskytovať počas období volieb služby politickej povahy alebo na politické účely. V niektorých členských štátoch zároveň pravdepodobne existujú medzery a nedostatky vo vnútroštátnych právnych predpisoch, v dôsledku čoho sa politická reklama niekedy šíri bez ohľadu na príslušné vnútroštátne pravidlá, a to ohrozuje cieľ regulovať transparentnosť politickej reklamy.
- (7) Niektoré členské štáty v záujme zaistenia väčšej transparentnosti politickej reklamy, ako aj so zámerom reagovať na obavy občanov už preskúmali alebo zvažujú dodatočné opatrenia na riešenie transparentnosti politickej reklamy a na podporu spravodlivej politickej diskusie a slobodných a spravodlivých volieb alebo referend. O týchto vnútroštátnych opatreniach sa uvažuje najmä v súvislosti s reklamou uverejňovanou a šírenou online a môžu sa nimi zaviesť ďalšie zákazy. Ide o rôznorodé spektrum krokov od miernych až po závažné opatrenia zahŕňajúce rôzne prvky transparentnosti.
- (8) Táto situácia vedie k roztrieštenosti vnútorného trhu, znižuje právnu istotu poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktorí pripravujú, umiestňujú, **propagujú**, uverejňujú alebo šíria politické reklamné oznámenia, vytvára prekážky voľnému pohybu súvisiacich služieb, narúša hospodársku súťaž na vnútornom trhu, a to aj medzi poskytovateľmi offline a online služieb, a príslušní poskytovatelia služieb musia v jej dôsledku vynakladať komplexné úsilie na dodržiavanie predpisov a znášať dodatočné náklady.
- (9) Je pravdepodobné, že tieto okolnosti odrádzajú poskytovateľov služieb politickej reklamy od poskytovania svojich služieb politickej reklamy v cezhraničnom meradle. Platí to najmä pre mikropodniky a MSP, ktoré často nemajú zdroje na absorbovanie alebo prenesenie vysokých nákladov na dodržiavanie predpisov spojených s prípravou, umiestňovaním, **propagovaním**, uverejňovaním alebo šírením politickej reklamy vo viac ako jednom členskom štáte. Obmedzuje to dostupnosť služieb a má to nepriaznivý vplyv na možnosť poskytovateľov služieb inovovať a ponúkať v rámci vnútorného trhu kampane pokrývajúce viacero druhov médií a viacero krajín.

- (10) Pri poskytovaní služieb politickej reklamy by sa preto mala zabezpečiť konzistentná a vysoká úroveň transparentnosti politickej reklamy v celej Únii, pričom by sa malo predchádzať vzniku rozdielov, ktoré bránia voľnému obehu súvisiacich služieb v rámci vnútorného trhu, stanovením jednotných povinností týkajúcich sa transparentnosti pre poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktoré zaručia jednotnú ochranu práv osôb a dohľad na celom vnútornom trhu na základe článku 114 ZFEÚ.
- (11) Členské štáty by vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch nemali ponechať v platnosti ani zaviesť ustanovenia o **transparentnosti politickej reklamy**, ktoré sa odchyľujú od ustanovení tohto nariadenia, najmä prísnejšie alebo menej prísne ustanovenia, ktoré zabezpečujú odlišnú úroveň transparentnosti v politickej reklame. Úplná harmonizácia požiadaviek na transparentnosť spojených s politickou reklamou zvyšuje právnu istotu a znižuje roztrieštenosť povinností, ktoré sa na poskytovateľov služieb kladú v súvislosti s politickou reklamou.
- (12) Úplnou harmonizáciou požiadaviek na transparentnosť by nemala byť dotknutá sloboda poskytovateľov služieb politickej reklamy uvádzať na dobrovoľnom základe ďalšie informácie o politickej reklame, **napríklad [...] mieru prekliku konkrétnej politickej reklamy online**, ako súčasť slobody prejavu a **práva na informácie** chránených podľa článku 11 Charty základných práv.
- (13) Týmto nariadením by nemal byť ovplyvnený [...] obsah **politickej reklamy ani pravidiel Únie alebo členských štátov upravujúce prezentáciu** politickej reklamy [...], **obdobia volieb a vedenie politickej kampane vrátane zákazu reklamy** [...].
- (13a) Pri uplatňovaní [a presadzovaní] tohto nariadenia by sa mali zohľadniť osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov v súlade so zásadou proporcionality. Pojmy mikropodniky, malé a stredné podniky by sa mali chápať v zmysle článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ.**

(14) V nariadení by sa mala stanoviť harmonizovaná požiadavka na transparentnosť uplatniteľná na hospodárske subjekty poskytujúce politickú reklamu a súvisiace služby (t. j. činnosti, ktoré sa bežne poskytujú za odplatu); tieto služby pozostávajú najmä z prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania a zo šírenia politickej reklamy. Pravidlá stanovené v tomto nariadení, ktoré zabezpečujú vysokú úroveň transparentnosti služieb politickej reklamy, sú založené na článku 114 ZFEÚ. Toto nariadenie by sa malo zaoberať aj používaním techník cielenia a zosilňovania vplyvu v kontexte **propagácie**, uverejňovania[...] **alebo** šírenia [...] politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov. Pravidlá obsiahnuté v tomto nariadení, ktorými sa rieši používanie cielenia a zosilňovania vplyvu, sú založené na článku 16 ZFEÚ. Koncept politickej reklamy určenej fyzickým osobám v niektorom členskom štáte by mal zahŕňať politickú reklamu, ktorá je v plnom rozsahu pripravovaná, umiestňovaná, **propagovaná** [...] uverejňovaná **alebo šírená** poskytovateľmi služieb usadenými mimo Únie, ale je šírená medzi fyzickými osobami v Únii. S cieľom určiť, či je politické reklamné oznámenie určené fyzickým osobám v niektorom členskom štáte, by sa mali zohľadniť faktory, ktoré ho s daným členským štátom spájajú, vrátane jazyka, kontextu, cieľa reklamného oznámenia a prostriedkov jeho šírenia.

(14a) Pri uplatňovaní tohto nariadenia v súlade s právom EÚ by sa mali zohľadniť špecifiká publikačného média, najmä s cieľom prispôbiť podmienky televízie, rozhlasu a novinám.

(15) Na úrovni Únie neexistuje žiadne vymedzenie politickej reklamy alebo politického reklamného oznámenia. Na stanovenie rozsahu uplatňovania harmonizovaných povinností týkajúcich sa transparentnosti a pravidiel cielenia a zosilňovania vplyvu je potrebné spoločné vymedzenie týchto pojmov. Toto vymedzenie by sa malo vzťahovať na mnohoraké podoby, ktoré politická reklama môže mať, a na všetky prostriedky a spôsoby jej uverejňovania alebo šírenia v rámci Únie bez ohľadu na to, či sa zdroj nachádza v Únii alebo v tretej krajine.

(16) Vymedzenie pojmu politická reklama by malo zahŕňať reklamu **pripravenú**, **umiestňovanú**, **propagovanú**, uverejňovanú alebo šírenú priamo alebo nepriamo politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v jeho mene. Keďže reklamné oznámenia politického aktéra, pre politického aktéra alebo v jeho mene nemožno oddeliť od činnosti danej osoby ako politického aktéra, možno predpokladať, že majú potenciál ovplyvniť politickú diskusiu, pokiaľ nejde o posolstvá čisto súkromnej alebo čisto obchodnej povahy.

- (17) **Propagácia, uverejnenie alebo šírenie posolstva inými aktérmi, ktoré môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správanie pri hlasovaní na úrovni Únie, ústrednej, regionálnej, či miestnej úrovni alebo na úrovni politickej strany, a ktoré je na tento účel určené**, by sa tiež malo považovať za politickú reklamu. **Medzi posolstvom a jeho potenciálom ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správanie pri hlasovaní by mala existovať jednoznačná a podstatná súvislosť**. S cieľom určiť **existenciu takejto súvislosti**, [...] by sa mali zohľadniť všetky relevantné faktory, ako je **žadateľ posolstva**, obsah posolstva, jazyk použitý na odovzdanie daného posolstva, kontext, v ktorom sa posolstvo prenáša, **vrátane obdobia šírenia, ako je volebné obdobie**, cieľ posolstva, [...] prostriedky, ktorými **sa** posolstvo **propaguje**, uverejňuje alebo šíri, **a cieľová skupina**. Posolstvá venované prípadným spoločenským alebo kontroverzným otázkam môžu ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívneho alebo regulačného procesu či správanie pri hlasovaní a môžu byť na tento účel **určené**.
- (18) Praktické informácie z oficiálnych zdrojov týkajúce sa **výlučne** organizácie a modalít účasti na voľbách alebo referendách by nemali predstavovať politickú reklamu.
- (19) Toto nariadenie by sa nemalo vzťahovať na politické názory vyjadrené v **rámci redakčnej zodpovednosti poskytovateľa služieb[...] v akomkoľvek médiu vrátane** programov audiovizuálnych **mediálnych služieb v zmysle článku 1 ods. 1 písm. a) smernice 2010/13/EÚ³**, [...] lineárneho **alebo nelineárneho rozhlasového [...]** vysielania, uverejnené v tlačенých **alebo online** médiách, [...] **okrem prípadov, keď sa poskytovateľovi služieb poskytla odmena za vyjadrený politický názor [...]**.

³ Ú. v. EÚ L 95, 15.4.2010, s. 1.

- (20) Na účely tohto nariadenia by sa voľby mali chápať ako voľby do Európskeho parlamentu, ako aj všetky voľby alebo referendá organizované na vnútroštátnej, regionálnej a miestnej úrovni v členských štátoch a voľby na vedúce pozície v rámci politických strán. Tento pojem by nemal zahŕňať iné formy volieb, ako sú **profesijné alebo** súkromne organizované hlasovania.
- (21) Je potrebné vymedziť pojem politické reklamné oznámenie ako prípad politickej reklamy. Súčasťou reklamy sú prostriedky, ktorými sa dané reklamné oznámenie sprostredkúva, čo zahŕňa tlač, vysielacie médiá alebo služby online platforiem.
- (22) Politickí aktéri v zmysle tohto nariadenia by sa mali vymedzovať s odkazom na pojmy vymedzené v práve Únie, ako aj vo vnútroštátnych právnych predpisoch v súlade s medzinárodnými právnymi nástrojmi, ako sú nástroje Rady Európy. Pojem politickí **aktéri** [...] by mal zahŕňať [...] pridružené a dcérske subjekty **politickej strany**, ktoré sú zriadené s právnou subjektivitou alebo bez nej s cieľom podporovať [...] **ju** alebo plniť [...] **jej** ciele, napríklad prostredníctvom činností zameraných na konkrétnu skupinu voličov alebo na konkrétny volebný účel.
- (23) Pojem politickí aktéri by mal zahŕňať aj **kandidátov na akúkoľvek volenú funkciu alebo osoby zastávajúce akúkoľvek volenú funkciu**, [...] [...] a členov **orgánov verejnej moci členských štátov na [...] ústrednej, regionálnej alebo miestnej úrovni, alebo členov inštitúcií Únie s výnimkou Súdneho dvora Európskej únie, Európskej centrálnej banky a Dvora audítorov. Do** vymedzenia tohto pojmu by mali byť zahrnuté aj iné politické organizácie **zriadené na dosiahnutie konkrétneho výsledku vo voľbách alebo v referende**.
- (24) Pojem politická reklamná kampaň by sa mal vzťahovať na prípravu, **umiestňovanie, propagáciu**, uverejňovanie a šírenie radu prepojených reklamných oznámení v zmysle zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva a financovania. [...]
- (25) Vymedzením pojmu politická reklama by nemali byť dotknuté vnútroštátne vymedzenia pojmu politická strana, politické ciele ani [...] obdobia **volieb** na vnútroštátnej úrovni.

- (26) S cieľom pokryť širokú škálu príslušných poskytovateľov služieb spojených so službami politickej reklamy by sa malo určiť, že poskytovateľmi služieb politickej reklamy sa myslia poskytovatelia zapojení do prípravy, umiestňovania, propagácie, uverejňovania [...] **alebo šírenia politickej reklamy. Poskytovatelia, ktorí poskytujú výlučne vedľajšie služby k službám politickej reklamy, by sa nemali považovať za poskytovateľov služieb politickej reklamy v zmysle tohto nariadenia.**
- (26a) Vydavatelia politickej reklamy by sa mali chápať ako poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí sú zvyčajne na konci reťazca poskytovateľov služieb a ktorí uverejňujú a šíria politickú reklamu vysielaním, sprístupňovaním prostredníctvom rozhrania alebo ju inak prinášajú do verejnej sféry.**
- (26b) Za zadávateľa by sa mala považovať osoba, v ktorej mene sa politická reklama pripravuje, umiestňuje, propaguje, uverejňuje alebo šíri, napríklad individuálny kandidát vo voľbách, registrovaná tretia strana alebo politická strana.**
- (27) Pojem služby politickej reklamy by nemal zahŕňať posolstvá, ktoré sprostredkujú fyzické osoby výlučne v rámci svojej osobnej spôsobilosti. Fyzické osoby by sa nemali považovať za osoby konajúce v rámci svojej osobnej spôsobilosti, ak uverejňujú posolstvá, za ktorých šírenie alebo uverejňovanie platí [...] **tretia strana**.
- (28) Keď **zadávateľ vyhlási, že** [...] reklama je [...] politická [...], mali by o tom byť jednoznačne informovaní ostatní poskytovatelia služieb zapojení do príslušných služieb politickej reklamy. **Zadávateľ by mal urobiť toto vyhlásenie dobromyseľne** Okrem toho, keď sa reklama identifikuje ako politická reklama [...], jeho ďalšie šírenie by malo naďalej spĺňať požiadavky na transparentnosť. Keď sa napríklad [...] **politická reklama, ako je vymedzená v tomto nariadení,** šíri organicky, daná reklama by sa mala naďalej označovať ako politická reklama.

(28a) Vzhľadom na to, že je dôležité zaručiť najmä účinnosť požiadaviek na transparentnosť, mali by zadávatelia a poskytovatelia služieb reklamy, ktorí konajú v mene zadávateľov, dobromyseľne zasielať relevantné informácie včas, úplné a správne, aby umožnili ďalším poskytovateľom služieb politickej reklamy v reťazci dodržať súlad s týmto nariadením. Ak je vydavateľ politickej reklamy jediným poskytovateľom služieb politickej reklamy, zadávateľ by mal oznámiť takéto informácie vydavateľovi politickej reklamy. Ak sú vyhlásenie alebo informácia zjavne chybné, poskytovatelia reklamných služieb by mali požiadať zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb, ktorí konajú v mene zadávateľov, o opravu ich vyhlásenia.

(28b) Vyhlásenie alebo informácia by sa mali považovať za zjavne chybné, ak je to zrejmé z obsahu reklamy, povahy zadávateľa alebo okolností, za akých sa daná služba poskytuje, a to bez ďalšieho overovania alebo zisťovania skutočností.

(29) Pravidlá transparentnosti stanovené v tomto nariadení by sa mali uplatňovať len na služby politickej reklamy, t. j. na politickú reklamu, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, čo môže zahŕňať vecnú odmenu. Požiadavky na transparentnosť by sa nemali vzťahovať na obsah, ktorý nahrá používateľ online sprostredkovateľskej služby, napríklad používateľ online platformy, a ktorý je šírený touto online sprostredkovateľskou službou, a to bez ohľadu na umiestnenie, uverejnenie alebo šírenie konkrétneho posolstva, pokiaľ používateľ nezískal za dané politické reklamné oznámenie odplatu od tretej strany.

(30) Požiadavky na transparentnosť by sa nemali vzťahovať ani na výmenu informácií prostredníctvom elektronických komunikačných služieb, ako sú služby elektronických správ alebo telefonické hovory, pokiaľ sa na danej výmene informácií nepodieľajú žiadne služby politickej reklamy.

- (31) Sloboda prejavu a **právo na informácie**, ako sú chránené článkom 11 Charty základných práv, zahŕňa právo fyzickej osoby zastávať politické názory, prijímať a rozširovať politické informácie a šíriť politické myšlienky. Každé obmedzenie **tejto slobody alebo práva** [...] musí byť v súlade s článkom 52 Charty základných práv. [...] **Táto** sloboda a právo môže podliehať úpravám a obmedzeniam, ak sú odôvodnené sledovaním legitímneho verejného záujmu a sú v súlade so všeobecnými zásadami práva EÚ, ako je zásada proporcionality a právnej istoty. To je okrem iného prípad, keď sa politické myšlienky komunikujú prostredníctvom poskytovateľov reklamných služieb.
- (32) Pokiaľ ide o online sprostredkovateľov, nariadenie (EÚ) 202[...]**2**/XX [akt o digitálnych službách] sa vzťahuje na politické reklamné oznámenia zverejňované alebo šírené online sprostredkovateľmi prostredníctvom horizontálnych pravidiel platných pre všetky typy reklamy online vrátane komerčných a politických reklamných oznámení. Na základe vymedzenia pojmu politická reklama stanoveného v tomto nariadení je vhodné poskytnúť dodatočné podrobné informácie o požiadavkách na transparentnosť stanovených pre vydavateľov reklamy, ktorí patria do rozsahu pôsobnosti nariadenia (EÚ) 202**2**[...]/XX [akt o digitálnych službách], najmä pre veľmi veľké **online** platformy. Ide najmä o informácie súvisiace s financovaním politických reklamných oznámení. [Požiadavkami tohto nariadenia nie sú dotknuté ustanovenia aktu o digitálnych službách, a to ani pokiaľ ide o povinnosti týkajúce sa posúdenia a zmierňovania rizika v prípade veľkých online platforiem v súvislosti s ich reklamnými systémami.]
- (33) Príprava, umiestňovanie, propagácia, uverejňovanie a šírenie politickej reklamy môžu zahŕňať zložitý reťazec poskytovateľov služieb. Ide najmä o prípady, keď výber reklamného obsahu, výber kritérií cielenia a **zosilňovanie vplyvu**, poskytovanie údajov použitých na cielenie a **zosilňovanie vplyvu** reklamného oznámenia, poskytovanie techník cielenia a **zosilňovania vplyvu**, dodávanie reklamného oznámenia a jeho šírenie môžu byť pod kontrolou rôznych poskytovateľov služieb. Automatizované služby môžu napríklad podporovať priradovanie profilu používateľa rozhrania k poskytovanému reklamnému obsahu pomocou osobných údajov zhromaždených priamo od používateľa služby a z online správania používateľov, ako aj z odvodených údajov.

- (34) Vzhľadom na to, že je dôležité zaručiť najmä účinnosť požiadaviek na transparentnosť vrátane uľahčenia dohľadu nad týmito požiadavkami by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali zabezpečiť, aby boli relevantné informácie, ktoré zbierajú pri poskytovaní svojich služieb, vrátane uvedenia informácie o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, **úplné a správne a** aby sa poskytovali vydavateľovi politickej reklamy, ktorý sprístupňuje politické reklamné oznámenie verejnosti. S cieľom podporiť účinnú implementáciu tejto požiadavky a včasné a presné poskytovanie týchto informácií by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali **zaslať tieto informácie súčasne s poskytnutím dotknutej služby a zvážiť a** podporiť automatizáciu prenosu informácií medzi poskytovateľmi služieb politickej reklamy. **Ak poskytovatelia služieb politickej reklamy zistia, že informácie, ktoré zaslali, boli aktualizované, mali by zaistiť, aby sa tieto aktualizované informácie oznámili príslušnému vydavateľovi politickej reklamy.**
- (34a) Poskytovatelia služieb politickej reklamy zistia, že informácie by sa mali aktualizovať, keď zadávateľ alebo poskytovateľ služieb konajúci v jeho mene informuje poskytovateľa služieb politickej reklamy o príslušnej zmene. Vydavateľ politickej reklamy môže zistiť, že je takáto aktualizácia potrebná, aj prostredníctvom mechanizmu zasielania upozornení stanoveného v tomto nariadení.**
- (34[...])b) Ak sa poskytovatelia služieb politickej reklamy[...] zistia zjavnú chybu, nepresnosť alebo neúplnosť [...] v oznámených informáciách, mali by vynaložiť primerané úsilie, aby sa zaistilo, že takáto zjavná chyba, [...] nepresnosť alebo neúplnosť sa opraví, najmä potvrdením informácie poskytovateľom služieb politickej reklamy [...] alebo v relevantnom prípade samotným zadávateľom. Od poskytovateľa služieb politickej reklamy by sa nemalo vyžadovať, aby sa zapájal do rozsiahlych alebo nákladných zisťovaní skutočností [...]. Primerané úsilie sa môže zohľadniť aj v zmluvných dojednaniach medzi poskytovateľmi služieb navzájom a v relevantných prípadoch so zadávateľom.**

(34[...](c) Primerané úsilie by malo zahŕňať starostlivé a objektívne opatrenia, ako je kontaktovanie dotknutého zadávateľa alebo poskytovateľa služieb politickej reklamy [...] s cieľom doplniť alebo opraviť informácie. Mala by sa zohľadniť povaha a význam chybných alebo chýbajúcich informácií v súvislosti s požiadavkami stanovenými v tomto nariadení.

- (35) Ak v dôsledku umelej obchodnej alebo zmluvnej štruktúry vzniká riziko obchádzania účinného uplatňovania povinností týkajúcich sa transparentnosti stanovených v nariadení, tieto povinnosti by sa mali vzťahovať na subjekt alebo subjekty, ktoré v podstate poskytujú reklamnú službu.

[...]

- (37) Pokiaľ ide o stanovenie osobitných požiadaviek, žiadna z povinností stanovených v tomto nariadení by sa nemala chápať tak, že ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť monitorovania v súvislosti s politickým obsahom šíreným fyzickými alebo právnickými osobami, ani by sa nemala chápať tak, že ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb všeobecnú povinnosť prijať proaktívne opatrenia v súvislosti s nezákonným obsahom alebo obsahom súvisiacim s nezákonnými činnosťami, ktoré títo poskytovatelia šíria alebo uchovávajú.

- (38) Transparentnosť politickej reklamy by mala umožniť občanom pochopiť, že sú vystavení politickému reklamnému oznámeniu. Vydavatelia politickej reklamy by mali [...] [...] **spolu s** každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie jasného vyhlásenia o tom, že ide o politické reklamné oznámenie, a o totožnosti jeho zadávateľa. V prípade potreby môže meno/názov zadávateľa obsahovať politické logo. Vydavatelia politickej reklamy by mali využívať označovanie, ktoré je účinné, pri zohľadnení vývoja v príslušnom vedeckom výskume a najlepších postupov pri zabezpečovaní transparentnosti prostredníctvom označovania reklamy. **Prezentácia vyhlásenia a meno zadávateľa sa môžu líšiť v závislosti od použitých prostriedkov. Pokiaľ ide o služby rozhlasového vysielania, vyhlásenie by sa mohlo uviesť pred reklamou alebo po nej.** Takisto by mali [...] **spolu s** každým politickým reklamným oznámením zabezpečiť uverejnenie informácií, ktoré umožňujú porozumieť širšiemu kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľom, ktoré môžu byť zahrnuté buď v samotnom reklamnom oznámení, alebo ich môže vydavateľ poskytnúť na svojom webovom sídle prostredníctvom odkazu, **kódu QR (Quick Response code)** alebo ekvivalentného jasného a používateľsky ústretového usmernenia uvedeného v reklamnom oznámení.

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

- (40) Informácie, ktoré sa majú zahrnúť do oznámenia o transparentnosti, by mali byť uvedené v samotnom reklamnom oznámení alebo by sa mali dať jednoducho získať na základe označenia uvedeného v reklamnom oznámení. **Prezentácia informácií sa môže líšiť v závislosti od použitých prostriedkov. S cieľom uľahčiť vyhľadanie informácií uvedených v oznámení o transparentnosti pri reklamnom oznámení offline by sa mohol použiť napríklad odkaz na webovú stránku, ktorá je na to určená, kód QR (Quick Response code) alebo rovnocenne používateľsky ústretové technické opatrenia.**
- Požiadavka, aby boli informácie obsiahnuté v oznámení o transparentnosti okrem iného jasne viditeľné, by mala znamenať, že sa zreteľne uvádzajú v reklamnom oznámení alebo spolu s ním. Požiadavka, aby informácie uverejnené v oznámení o transparentnosti boli ľahko prístupné, strojovo čitateľné, ak je to technicky možné, a používateľsky ústretové, by mala znamenať, že vyhovujú potrebám osôb so zdravotným postihnutím. Príloha I k smernici 2019/882 (Európsky akt o prístupnosti) obsahuje požiadavky na prístupnosť informácií vrátane digitálnych informácií, ktoré by sa mali používať na sprístupnenie politických informácií osobám so zdravotným postihnutím.
- (41) Oznámenia o transparentnosti by mali byť vytvorené tak, aby zvyšovali informovanosť používateľov a pomohli jasne identifikovať politické reklamné oznámenie. Mali by byť navrhnuté tak, aby zostali na mieste, **ak je to technicky možné**, alebo zostali prístupné v prípade, že sa politické reklamné oznámenie ďalej šíri, napríklad sa uverejní na inej platforme alebo sa postúpi medzi fyzickými osobami. Informácie uvedené v oznámení o transparentnosti by sa mali uverejňovať od začiatku uverejňovania politických reklamných oznámení [...] a **až do konca ich [...]uverejňovania.[...].** **Vydavatelia politickej reklamy by mali svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými úpravami uchovávať počas obdobia piatich rokov od posledného uverejnenia a na požiadanie ich sprístupniť.** Uchovávané informácie by mali zahŕňať aj informácie o politickej reklame, ktorá bola ukončená alebo ktorú vydavateľ stiahol. **Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí nie sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/XXX [akt o digitálnych službách], by mali mať možnosť rozhodnúť o formáte na uchovávanie týchto informácií.**

- (42) Keďže vydavatelia politickej reklamy sprístupňujú politické reklamné oznámenia verejnosti, mali by tieto informácie uverejňovať alebo šíriť na verejnosti spolu s uverejnením alebo šírením politického reklamného oznámenia. Ak vydavatelia politickej reklamy zistia, že politické reklamné oznámenie nespĺňa požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia, napríklad na základe individuálneho upozornenia, mali by vynaložiť primerané úsilie na splnenie požiadaviek podľa tohto nariadenia. Keď sa informácie nedajú dopl[...].niť ani opraviť bez zbytočného odkladu, vydavatelia politickej reklamy by nemali sprístupňovať verejnosti politické reklamné oznámenia, ktoré nespĺňajú požiadavky na transparentnosť podľa tohto nariadenia alebo by mali ukončiť ich uverejňovanie alebo šírenie na verejnosti. V takom prípade by vydavatelia politickej reklamy mali dotknutých poskytovateľov služieb politickej reklamy a v relevantných prípadoch aj zadávateľa informovať o primeraných krokoch prijatých na splnenie požiadaviek podľa tohto nariadenia. Vydavateľ politickej reklamy by sa mal nabádať, aby informoval poskytovateľa služieb politickej reklamy o možnostiach nápravy.
- (42a) Keď zadávateľ alebo poskytovatelia služieb politickej reklamy zistia, že informácie prenášané alebo zverejnené vydavateľom politickej reklamy sú neúplné alebo nepresné, mali by bez zbytočného odkladu kontaktovať dotknutého vydavateľa politickej reklamy a mali by mu zaslať úplné alebo opravené informácie.
- (42b) Zmluvné dojednania môžu obsahovať doložku umožňujúcu účtovať primeraný poplatok za opatrenia prijaté na opravu alebo doplnenie informácií.
- (42[...].c) Pri plnení týchto povinností by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali konať nestranne a s náležitým ohľadom na základné práva a iné práva a oprávnené záujmy. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by napríklad mali predovšetkým venovať náležitú pozornosť slobode prejavu a právu na informácie vrátane slobody a plurality médií.

(42[...].d) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 202[...].2/XXX [akt o digitálnych službách], by okrem toho mali v **reálnom čase** sprístupniť informácie uvedené v oznámení o transparentnosti prostredníctvom archívov reklám uverejnených v súlade s článkom 30 nariadenia [akt o digitálnych službách]. **Pre archívy uvedené v článku 30 nariadenia (EÚ) 2021/XX [akt o digitálnych službách] je potrebné stanoviť podrobnejšie požiadavky na transparentnosť. Týka sa to najmä informácií o odstránenom politickom reklamnom oznámení a dôvodoch jeho odstránenia. Okrem toho môžu veľmi veľké online platformy uverejniť iné informácie týkajúce sa vplyvu na reklamné oznámenie vrátane informácií o miere prekliku. Iný poskytovateľ služby politickej reklamy by sa mal nabádať k tomu, aby zriadil podobné archívy politických reklám.** Tým sa uľahčí práca zainteresovaných aktérov vrátane výskumných pracovníkov v ich konkrétnej úlohe podporovať slobodné a spravodlivé voľby alebo referendá a spravodlivé volebné kampane, a to aj kontrolou zadávateľov politických reklamných oznámení a analýzou prostredia daného politického reklamného oznámenia.

(43) Ak je poskytovateľ služby politickej reklamy, ktorý hostuje alebo inak uchováva a poskytuje obsah politického reklamného oznámenie, oddelený od poskytovateľa služby politickej reklamy, ktorý riadi webové sídlo alebo iné rozhranie, na ktorom sa politické reklamné oznámenie v konečnom dôsledku [...] **prezentuje**, mali by sa posudzovať spoločne ako vydavatelia reklamy s príslušnou zodpovednosťou v súvislosti s konkrétnou službou, ktorú poskytujú, aby sa zabezpečilo označovanie a aby bolo k dispozícii oznámenie o transparentnosti a príslušné informácie. Ich zmluvné dojednania by mali odrážať spôsob, akým organizujú súlad s týmto nariadením.

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

(45a) Vydavatelia politickej reklamy [...]by mali [...]vynaložiť primerané [...]úsilie na [...] starostlivé a objektívne vybavenie upozornení prijatých podľa odseku[...]tohto nariadenia[...] bez zbytočného odkladu. Ak upozornenie obsahuje dostatočné informácie na to, aby obozretný vydavateľ politickej reklamy mohol bez podrobného preskúmania zistiť, či informácia chýba alebo je nepresná, vydavateľ politickej reklamy by sa mal považovať za osobu, ktorá si je vedomá nepresnosti alebo neúplnosti, a mal by bez zbytočného odkladu kontaktovať príslušných poskytovateľov služieb a prípadne zadávateľa. Vydavateľ politickej reklamy [...] by mal informovať autora upozornenia [...] o krokoch prijatých v nadväznosti na upozornenie[...]. [...].[...]

(45b) V záujme zaistenia účinnosti požiadaviek na transparentnosť počas volieb alebo referenda by vydavatelia politickej reklamy počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum mali vybaviť každé upozornenie na reklamné oznámenie súvisiace s týmito voľbami alebo referendum, ktoré sa im doručí, do 48 hodín, a to kontaktovaním dotknutých poskytovateľov služieb politickej reklamy a prípadne zadávateľa.

(45c) Každé opatrenie, ktoré prijme vydavateľ politickej reklamy, by malo byť prísne cielené v tom zmysle, že by malo slúžiť na opravu, doplnenie alebo odstránenie konkrétnych informácií, ktoré nie sú v súlade s týmto nariadením, s náležitým ohľadom na slobodu prejavu a právo na informácie a ďalšie základné práva.

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

(47) Osobné údaje získané priamo od fyzických osôb alebo nepriamo, ako sú napríklad odvodené údaje, pri zoskupovaní fyzických osôb podľa ich predpokladaných záujmov alebo získané na základe ich aktivity online, profilovania správania a iných analytických techník, sa čoraz častejšie používajú na cielenie politických posolstiev skupinám alebo individuálnym voličom či fyzickým osobám a na zosilnenie ich vplyvu. Na základe spracúvania osobných údajov, najmä **osobitných kategórií osobných** [...] údajov považovaných za citlivé podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679⁴ a nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725⁵, možno voličov alebo fyzické osoby rozdeliť do rôznych skupín a využiť ich vlastnosti alebo zraniteľné miesta, napríklad šírením reklám v konkrétnych momentoch a na konkrétnych miestach tak, aby sa využili situácie, keď sú citliví na určitý druh informácií/správ. To má konkrétne a nepriaznivé vplyvy na základné práva a slobody občanov, pokiaľ ide o spracúvanie ich osobných údajov a ich slobodu prijímať objektívne informácie, vytvárať si názor, prijímať politické rozhodnutia a uplatňovať svoje právo voliť. To nepriaznivo ovplyvňuje demokratický proces. Mali by sa stanoviť ďalšie obmedzenia a podmienky v porovnaní s nariadením (EÚ) 2016/679 a nariadením (EÚ) 2018/1725.

Podmienky stanovené v tomto nariadení o používaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov v súvislosti s politickou reklamou, by mali vychádzať z článku 16 ZFEÚ.

⁴ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, s. 1).

⁵ Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2018/1725 z 23. októbra 2018 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov inštitúciami, orgánmi, úradmi a agentúrami Unie a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje nariadenie (ES) č. 45/2001 a rozhodnutie č. 1247/2002/ES (Ú. v. EÚ L 295, 21.11.2018, s. 39).

- (48) [Techniky cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725, by sa preto mali zakázať. Tieto techniky by mali byť povolené iba v prípade, ak ich používa prevádzkovateľ alebo niekto konajúci v jeho mene na základe výslovného súhlasu dotknutej osoby, alebo ak ich v rámci svojej zákonnej činnosti s primeranými zárukami používa nadácia, združenie alebo akýkoľvek iný neziskový subjekt s politickým, filozofickým, náboženským alebo odborárskym zameraním a pod podmienkou, že spracúvanie sa týka výlučne členov alebo bývalých členov subjektu alebo osôb, ktoré majú pravidelný kontakt s ním v súvislosti s jeho cieľmi, a že bez súhlasu dotknutej osoby sa osobné údaje neposkytnú mimo tohto subjektu. Toto používanie by malo byť sprevádzané osobitnými zárukami. Súhlas je potrebné chápať ako súhlas v zmysle nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/1725. Preto by nemalo byť možné odvolávať sa na výnimky stanovené v článku 9 ods. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 2 písm. b), c), e), f), g), h), i) a j) nariadenia (EÚ) 2018/1725 pri používaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu na uverejňovanie, propagáciu alebo šírenie politickej reklamy, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725.]

- (49) S cieľom zabezpečiť zvýšenú transparentnosť a zodpovednosť pri využívaní techník cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, by prevádzkovatelia mali zaviesť dodatočné záruky. **Tieto dodatočné záruky by mali dopĺňať existujúce záruky vrátane záruk týkajúcich sa automatizovaného rozhodovania podľa článku 24 nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 26 nariadenia (EÚ) 2018/1725.** Mali by prijať a implementovať politiku opisujúcu používanie takýchto techník na cielenie na fyzické osoby alebo na zosilňovanie vplyvu príslušného obsahu a viesť záznamy o svojich relevantných činnostiach. Pri uverejňovaní, propagácii alebo šírení politickej reklamy s využitím techník cielenia a zosilňovania vplyvu by mali prevádzkovatelia poskytnúť spolu s politickým reklamným oznámením zmysluplné informácie, ktoré dotknutej fyzickej osobe umožnia pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitého cielenia, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších analytických techník vrátane toho, či bolo cielenie reklamy počas zobrazovania ďalej optimalizované.
- (50) Vydavatelia politickej reklamy, ktorí využívajú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, by mali do svojho oznámenia o transparentnosti zahrnúť informácie potrebné na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitej techniky, ako aj využívanie údajov tretích strán a ďalších použitých analytických techník, a **jednoznačnú informáciu, napríklad odkaz na webové sídlo, o tom, kde možno ľahko nájsť** [...] príslušnú politiku prevádzkovateľa.
- (50a)** Ak prevádzkovateľ nie je vydavateľom reklamy, mal by vydavateľovi politickej reklamy zaslať vnútornú politiku [...] a **zaistiť, aby sa potrebné informácie oznámili vydavateľovi politickej reklamy. Informácie by sa mali zaslať včas a správne.**
- (50b)** Poskytovatelia reklamných služieb by mali [...] zaslať vydavateľovi politickej reklamy informácie potrebné na splnenie svojich povinností podľa tohto nariadenia. Poskytovanie takýchto informácií by sa mohlo automatizovať a integrovať do bežných obchodných procesov na základe noriem.

- (51) V záujme ďalšieho posilnenia postavenia fyzických osôb pri výkone ich práv na ochranu údajov by vydavатели politickej reklamy mali dotknutým osobám poskytnúť ďalšie informácie a účinné nástroje na podporu výkonu ich práv podľa právneho rámca EÚ na ochranu údajov vrátane práva namietat' alebo odvolať svoj súhlas, ak sú cieľom politického reklamného oznámenia. Tieto informácie by mali byť aj ľahko prístupné priamo z oznámenia o transparentnosti. Nástroje, ktoré majú fyzické osoby k dispozícii na podporu uplatňovania svojich práv, by mali účinne zabrániť cieleniu politických reklamných oznámení na fyzickú osobu, ako aj zabrániť cieleniu na základe konkrétnych kritérií a zo strany jedného konkrétného prevádzkovateľa alebo viacerých konkrétnych prevádzkovateľov.
- (52) Komisia by mala nabádať k vypracovaniu kódexov správania uvedených v článku 40 nariadenia (EÚ) 2016/679 s cieľom podporiť uplatňovanie práv dotknutých osôb v tejto súvislosti.
- (53) Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade so všetkými požiadavkami platnými pre používanie techník cielenia a zosilňovania vplyvu podľa tohto nariadenia, by sa mali predkladať vo formáte, ktorý je ľahko dostupný, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.
- (54) Je vhodné stanoviť pravidlá zasielania informácií o cielení iným zainteresovaným subjektom. Uplatniteľný režim by mal byť v súlade s režimom zasielania informácií spojeným s požiadavkami na transparentnosť.
- (55) Poskytovatelia služieb politickej reklamy usadení v tretej krajine, ktorí ponúkajú služby v Únii, by mali určiť splnomocneného právneho zástupcu v Únii, aby sa umožnil účinný dohľad nad týmto nariadením vo vzťahu k týmto poskytovateľom. Právnym zástupcom by mohol byť zástupca určený na základe článku 27 nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo zástupca určený na základe článku 11 nariadenia (EÚ) 2022[...]/xxx [akt o digitálnych službách].

- (56) V záujme účinného dohľadu nad týmto nariadením je potrebné zveriť orgánom dohľadu právomoc monitorovať príslušné pravidlá a presadzovať ich dodržiavanie. V závislosti od právneho systému každého členského štátu a v súlade s existujúcim právom Únie vrátane nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] môžu byť na tento účel určené rôzne vnútroštátne súdne alebo správne orgány.
- (57) Pokiaľ ide o dohľad nad online sprostredkovateľskými službami podľa tohto nariadenia, členské štáty by mali určiť príslušné orgány a zabezpečiť, aby bol takýto dohľad v súlade s dohľadom vykonávaným príslušnými orgánmi určenými podľa článku 38 nariadenia (EÚ) [akt o digitálnych službách]. Koordinátori digitálnych služieb by v súlade s nariadením (EÚ) [akt o digitálnych službách] mali byť v každom členskom štáte v každom prípade zodpovední za zabezpečenie koordinácie na vnútroštátnej úrovni v súvislosti s týmito záležitosťami a v prípade potreby nadviazať cezhraničnú spoluprácu s inými koordinátormi digitálnych služieb v súlade s mechanizmami stanovenými v nariadení (EÚ) [akt o digitálnych službách]. V rámci uplatňovania tohto nariadenia by sa tento mechanizmus mal obmedziť na vnútroštátnu spoluprácu medzi koordinátormi digitálnych služieb a nemal by zahŕňať eskaláciu na úroveň Únie, ako sa stanovuje v nariadení (EÚ) [akt o digitálnych službách].
- (58) Na dohľad nad tými aspektmi tohto nariadenia, ktoré nepatria do pôsobnosti dozorných orgánov podľa nariadenia (EÚ) 2016/679 a nariadenia (EÚ) 2018/1725, by mali členské štáty určiť príslušné orgány. Na podporu dodržiavania základných práv a slobôd, právneho štátu, demokratických zásad a dôvery verejnosti v dohľad nad politickou reklamou je potrebné, aby tieto orgány boli štrukturálne nezávislé od vonkajších zásahov alebo politických tlakov a mali primerané právomoci účinne monitorovať a prijímať opatrenia potrebné na zabezpečenie dodržiavania tohto nariadenia, najmä povinností stanovených v článku 7. Členské štáty môžu určiť najmä vnútroštátne regulačné orgány alebo subjekty podľa článku 30 smernice Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ⁶.

⁶ Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správnym opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) (Ú. v. EÚ L 95, 15.4.2010, s. 1).

- (59) Ak už v rámci práva Únie existujú pravidlá týkajúce sa poskytovania informácií príslušným orgánom a spolupráce s týmito orgánmi a medzi nimi, ako je článok 9 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách] alebo pravidlá uvedené v nariadení (EÚ) 2016/679, tieto pravidlá by sa mali uplatňovať *mutatis mutandis* na príslušné ustanovenia tohto nariadenia.
- (60) Orgány zodpovedné za dohľad nad týmto nariadením by mali navzájom spolupracovať na vnútroštátnej úrovni aj na úrovni EÚ a čo najlepšie využívať existujúce štruktúry vrátane vnútroštátnych sietí spolupráce, Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, ako sa uvádza v odporúčaní C(2018) 5949 final, a skupiny európskych regulačných úradov pre audiovizuálne mediálne služby zriadenej podľa smernice 2010/13/EÚ. Takáto spolupráca by mala uľahčiť rýchlu a zabezpečenú výmenu informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj prostredníctvom spoločného zisťovania porušení, informovania o zisteniach, výmeny odborných znalostí a spolupráce pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.

- (61) S cieľom uľahčiť účinné uplatňovanie povinností stanovených v nariadení je potrebné splnomocniť vnútroštátne orgány, aby si od poskytovateľov služieb mohli vyžiadať príslušné informácie o transparentnosti politického reklamného oznámenia. Informácie poskytované príslušným orgánom sa môžu týkať reklamnej kampane, môžu byť zoskupené podľa rokov alebo sa môžu týkať konkrétnych reklamných oznámení. Na zabezpečenie účinného a efektívneho vyhovenia žiadostiam o takéto informácie a zároveň aby poskytovatelia služieb politickej reklamy neboli neprimerane zaťažovaní, je potrebné stanoviť určité podmienky, ktoré by tieto žiadosti mali spĺňať. Najmä v záujme včasného dohľadu nad priebehom volieb by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali na žiadosti príslušných orgánov reagovať rýchlo, a to vždy do [...] **10** pracovných dní od prijatia žiadosti. **Počas posledného mesiaca predvolebnej kampane by sa porušenie týchto ustanovení malo považovať za porušenie, ktoré negatívne a závažne zasahuje do práva občana, a preto by poskytovatelia služieb politickej reklamy mali vyžiadané informácie poskytnúť do 48 hodín.** V záujme právnej istoty a v súlade s právom na obhajobu by žiadosti o poskytnutie informácií od príslušného orgánu mali obsahovať primerané odôvodnenie a informácie o dostupných opravných prostriedkoch. Poskytovatelia služieb politickej reklamy by mali určiť kontaktné miesta na komunikáciu s príslušnými orgánmi. Takéto kontaktné miesta môžu byť elektronické.
- (62) Členské štáty by mali určiť kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia. Ak je to možné, kontaktné miesto by malo byť členom Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb. Kontaktné miesto by malo uľahčovať spoluprácu príslušných orgánov medzi členskými štátmi pri ich úlohách dohľadu a presadzovania, najmä sprostredkúvaním komunikácie s kontaktnými miestami v iných členských štátoch a s vlastnými príslušnými orgánmi.

- (63) Orgány členských státov by mali zabezpečiť, aby porušenia povinností stanovených v tomto nariadení boli sankcionované správnymi pokutami alebo finančnými sankciami. Pritom by mali brať do úvahy povahu, závažnosť, opakovanie a trvanie porušovania vzhľadom na dotknutý verejný záujem, rozsah a druh vykonávaných činností, ako aj ekonomické možnosti porušovateľa. V tejto súvislosti by sa mala vziať do úvahy kľúčová úloha, ktorú zohrávajú povinnosti stanovené v článku 7 pri účinnom dosahovaní cieľov tohto nariadenia. Okrem toho by mali brať do úvahy skutočnosť, či príslušný poskytovateľ služieb systematicky alebo opakovane neplní svoje povinnosti vyplývajúce z tohto nariadenia, a to aj tým, že oddaľuje poskytovanie informácií zainteresovaným subjektom, ako aj to, či poskytovateľ služieb politickej reklamy pôsobí vo viacerých členských štátoch. Finančné sankcie a správne pokuty musia byť v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce s náležitým ohľadom na poskytnutie dostatočných a dostupných procesných záruk, a najmä na zabezpečenie toho, aby politická diskusia zostala otvorená a prístupná.
- (64) Výkon právomocí príslušných orgánov podľa tohto nariadenia by mal podliehať primeraným procesným zárukám v súlade s právom Únie a vnútroštátnym právom vrátane účinného súdneho prostriedku nápravy a riadneho procesu.
- (65) Členské štáty by mali v dostatočnom predstihu pred začiatkom volebného kalendára uverejniť presné trvanie svojich období volieb stanovené podľa ich volebných tradícií.

- (66) Na splnenie cieľov tohto nariadenia by sa na Komisiu mala v súlade s článkom 290 Zmluvy o fungovaní Európskej únie delegovať právomoc prijímať akty v súvislosti s článkom 7 ods. 7 s cieľom bližšie stanoviť formu, v ktorej by sa mali stanoviť požiadavky na poskytovanie informácií v oznámeniach o transparentnosti podľa uvedeného článku; a v súvislosti s článkom 12 ods. 8 s cieľom bližšie stanoviť formu, v ktorej by sa mali stanoviť požiadavky na poskytovanie informácií o celení. Je osobitne dôležité, aby Komisia uskutočnila príslušné konzultácie vrátane konzultácií s odborníkmi určenými každým členským štátom a aby sa tieto konzultácie viedli v súlade so zásadami stanovenými v Medziinštitucionálnej dohode z 13. apríla 2016 o lepšej tvorbe práva.
- Predovšetkým, v záujme rovnakého zastúpenia pri príprave delegovaných aktov, sa všetky dokumenty doručujú Európskemu parlamentu a Rade v rovnakom čase ako expertom z členských štátov, a experti Európskeho parlamentu a Rady majú systematický prístup na zasadnutia skupín expertov Komisie, ktoré sa zaoberajú prípravou delegovaných aktov.
- (67) Do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu by Komisia mala predložiť verejnú správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. Pri príprave tejto správy by Komisia mala zohľadniť aj implementáciu tohto nariadenia v kontexte iných volieb a referend, ktoré sa konajú v Únii. V správe by sa okrem iného mala preskúmať vhodnosť ustanovení príloh k tomuto nariadeniu a zvážiť potreba ich revízie.
- (68) Doplnujúce povinnosti týkajúce sa používania politickej reklamy európskymi politickými stranami sú stanovené v nariadení (EÚ) 1141/2014 o štatúte a financovaní európskych politických strán a európskych politických nadácií.

- (69) Keďže ciele tohto nariadenia, a to prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami a stanoviť pravidlá používania cielenia v súvislosti s uverejňovaním a šírením politickej reklamy, nie je možné uspokojivo dosiahnuť na úrovni členských štátov, a teda ich možno lepšie dosiahnuť na úrovni Únie, môže Únia prijať toto nariadenie v súlade so zásadou subsidiarity podľa článku 5 ZEÚ. V súlade so zásadou proporcionality podľa uvedeného článku toto nariadenie neprekračuje rámec nevyhnutný na dosiahnutie týchto cieľov.
- (70) Týmto nariadením nie sú dotknuté pravidlá stanovené najmä smernicou 2000/31/ES vrátane pravidiel zodpovednosti pre poskytovateľov sprostredkovateľských služieb v článkoch 12 až 15 uvedenej smernice upravenej nariadením (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách], nariadením (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych trhoch], smernicou 2002/58/ES a nariadením (EÚ) XXX [nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách], ako aj smernicami (EÚ) 2010/13, 2000/31/ES, 2002/58/ES, 2005/29/ES, 2011/83/EÚ, 2006/114/ES a 2006/123/ES a nariadením (EÚ) 2019/1150.
- (71) V súlade s článkom 42 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725 sa konzultovalo s európskym dozorným úradníkom pre ochranu údajov, ktorý XX. XX. 2022 vydal svoje stanovisko,

PRIJALI TOTO NARIADENIE:

KAPITOLA I – VŠEOBECNÉ USTANOVENIA

Článok 1

Predmet úpravy a [...] ciele

1. V tomto nariadení sa stanovujú:

- a) harmonizované povinnosti týkajúce sa transparentnosti uložené poskytovateľom politickej reklamy a súvisiacich služieb spočívajúce v uchovávaní, oznamovaní a uverejňovaní informácií súvisiacich s poskytovaním takýchto služieb;
- b) harmonizované pravidlá používania techník cielenia a zosilňovania vplyvu v súvislosti s uverejňovaním, šírením alebo propagáciou politickej reklamy, ktoré zahŕňajú [...] spracúvanie osobných údajov.

[...]

[...] 2. Cieľom tohto nariadenia je:

- a) prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu s politickou reklamou a so súvisiacimi službami;
- b) chrániť fyzické osoby v súvislosti so spracúvaním osobných údajov.

[...]

Článok 1a

Rozsah pôsobnosti

1. Toto nariadenie sa vzťahuje na politickú reklamu pripravenú, umiestnenú, propagovanú, uverejnenú alebo šírenú v Únii alebo zameranú na fyzické osoby v jednom členskom štáte alebo vo viacerých členských štátoch, a to bez ohľadu na miesto usadenia poskytovateľa služieb politickej reklamy [...] a bez ohľadu na použité prostriedky.
2. Týmto nariadením nie je ovplyvnený obsah politickej reklamy ani pravidlá Únie alebo členských štátov upravujúce prezentáciu politickej reklamy, obdobia volieb a vedenie politickej kampane.

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

- a) smernica 2000/31/ES;**
- b) smernica 2002/58/ES a nariadenie (EÚ) XXX [nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách];**
- c) smernica 2005/29/ES;**
- d) smernica 2006/114/ES;**
- e) smernica 2006/123/ES;**
- f) smernica (EÚ) 2010/13;**
- g) smernica 2011/83/EÚ;**
- h) nariadenie (EÚ) 2019/1150;**
- i) [nariadenie (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách]].**

Článok 2

Vymedzenie pojmov

Na účely tohto nariadenia [...]:

1. „služba“ je akákoľvek samostatne zárobková hospodárska činnosť, ktorá sa bežne poskytuje za odplatu, ako sa uvádza v článku 57 ZFEÚ;

2. „politická reklama“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejnenie alebo šírenie, a to akýmkoľvek prostriedkami, správy:
- a) politickým aktérom, pre politického aktéra alebo v jeho mene, pokiaľ nemá čisto súkromnú alebo čisto komerčnú povahu, alebo
 - b) ktorá môže ovplyvniť výsledok volieb alebo referenda, legislatívny alebo regulačný proces, alebo správanie pri hlasovaní, **a je na to určená**;

To nezahŕňa politické názory vyjadrené v rámci redakčnej zodpovednosti poskytovateľa služieb [...] v akoľvek médiu [...] okrem prípadov, keď sa poskytovateľovi služieb poskytla odmena za vyjadrený politický názor.

3. „politické reklamné oznámenie“ je prípad politickej reklamy **uverejnenej alebo širenej akýmkoľvek prostriedkami**;
4. „politický aktér“ je ktorýkoľvek z týchto subjektov:
- a) politická strana v zmysle článku 2 ods. 1 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014 alebo subjekt [...] spojený s [...] takouto politickou stranou;
 - b) aliancia politických strán v zmysle článku 2 ods. 2 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;
 - c) európska politická strana v zmysle článku 2 ods. 3 nariadenia (EÚ, Euratom) č. 1141/2014;
 - d) kandidát na akúkoľvek volenú funkciu **alebo osoba zastávajúca akúkoľvek volenú funkciu** na [...] **úrovni Únie**, ústrednej, regionálnej a miestnej úrovni alebo na jednu z vedúcich pozícií v rámci politickej strany;
- [...]

- f) [...] člen **inštitúcií Únie s výnimkou Súdneho dvora Európskej únie, Európskej centrálnej banky a Dvora audítorov alebo** [...] orgánov verejnej moci **členských štátov** na ústrednej, regionálnej alebo miestnej úrovni;
- g) organizácia, ktorá vedie politickú kampaň, s právnou subjektivitou alebo bez nej, založená s cieľom [...] **ovplyvniť výsledok** [...] vo voľbách alebo v referende;
- h) každá fyzická alebo právnická osoba, ktorá zastupuje ktorúkoľvek z osôb alebo organizácií uvedených v písmenách a) až g) [...] a koná v ich mene, pričom podporuje ich politické ciele.

5. „služba politickej reklamy“ je služba pozostávajúca z politickej reklamy s výnimkou online sprostredkovateľskej služby v zmysle článku 2 písm. f) nariadenia (EÚ) 202[...]**2/XXX** [akt o digitálnych službách], ktorá sa poskytuje bez odplaty za umiestnenie, **propagáciu**, uverejnenie alebo šírenie konkrétnej správy;

5a. „poskytovateľ služieb politickej reklamy“ je fyzická alebo právnická osoba poskytujúca služby politickej reklamy s výnimkou výlučne vedľajších služieb.

6. „politická reklamná kampaň“ je príprava, umiestnenie, propagácia, uverejňovanie alebo šírenie série prepojených **politických** reklamných oznámení v rámci zmluvy o politickej reklame na základe spoločnej prípravy, sponzorstva alebo financovania;

7. „zadávatel“ je fyzická alebo právnická osoba, v ktorej mene sa pripravuje, umiestňuje, **propaguje**, uverejňuje alebo šíri politické reklamné oznámenie;

8. „techniky cielenia[...]" sú techniky, ktoré slúžia [...] na to, aby sa pomocou prispôbeného politického reklamného oznámenia oslovila len určitá osoba alebo skupina osôb [...];

8a. „techniky zosilňovania vplyvu“ sú techniky, ktoré slúžia na to, aby sa zvýšil obeh, dosah či viditeľnosť politického reklamného oznámenia;

9. „obdobie volieb“ je obdobie pred voľbami alebo referendum v členskom štáte, počas nich alebo bezprostredne po nich, počas ktorého činnosti v rámci kampane podliehajú osobitným pravidlám **členských štátov**;
10. „príslušní voliči“ sú skupina fyzických osôb oprávnených voliť vo voľbách alebo referende, ktoré sa uskutočňujú v členskom štáte, v ktorom sa politické reklamné oznámenie [...] **uverejňuje alebo šíri**, čo môžu byť aj všetci voliči v danom členskom štáte;
11. „vydavateľ politickej reklamy“ je **poskytovateľ služby politickej reklamy** [...], ktorý **uverejňuje alebo šíri reklamu** [...] prostredníctvom akéhokoľvek média;
12. „prevádzkovateľ“ je prevádzkovateľ podľa článku 3 [...](ods. 8[...]) nariadenia (EÚ) 2016/679 alebo prípadne podľa článku 4 ods. 8 nariadenia (EÚ) 2018/1725.

Na účely prvého odseku bodu 2 správy z oficiálnych zdrojov, ktoré [...] **súvisia výlučne** s organizáciou a modalitami účasti vo voľbách alebo referendách alebo ktorých účelom je podporiť účasť vo voľbách alebo referendách, nie sú politickou reklamou.

Článok 2a

Identifikácia politickej reklamy

Na účely určenia, či posolstvo predstavuje politickú reklamu v zmysle článku 2 bodu 2 písm. b), sa zohľadnia všetky jeho vlastnosti, a najmä relevantné faktory:

- (a) **obsah posolstva**;
- (b) **zadávatel' posolstva**;
- (c) **jazyk použitý na sprostredkovanie posolstva, prostriedky, ktorými sa správa propaguje, uverejňuje alebo šíri, a cieľové publikum**;
- (d) **kontext, v ktorom sa posolstvo prenáša, vrátane obdobia šírenia, ako sú volebné obdobia alebo obdobia referenda a legislatívny alebo regulačný proces**;
- (e) **cieľ posolstva**.

Článok 3

[...] Zásada vnútorného trhu

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

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

Článok 4

Transparentnosť služieb politickej reklamy

1. Služby politickej reklamy sa poskytujú transparentným spôsobom v súlade s povinnosťami stanovenými v [...] **kapitole 2** tohto nariadenia.
2. **Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby v zmluvných dojednaniach uzatvorených na poskytovanie služby politickej reklamy bolo uvedené, ako sa dodržiavajú príslušné ustanovenia tohto nariadenia.**

Článok 5

Identifikácia služieb politickej reklamy

1. Poskytovatelia reklamných služieb požiadajú zadávateľov a poskytovateľov reklamných služieb konajúcich v mene zadávateľov, aby vyhlásili, či reklamná služba, ktorej vykonanie od nich žiadajú, predstavuje službu politickej reklamy v zmysle článku 2 ods. 5. Zadávatelia a poskytovatelia reklamných služieb konajúci v mene zadávateľov urobia takéto vyhlásenie **dobromysel'ne**.
2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa v zmluvných dojednaniach uzatvorených na poskytovanie služby politickej reklamy [...] od **zadávateľa alebo poskytovateľov reklamných služieb, ktorí konajú v [...] mene zadávateľov, vyžadovalo poskytovanie relevantných informácií, ktoré sú potrebné na dodržiavanie súladu s článkom 6 ods. 1. Tieto informácie sa zasielajú [...] úplne, presne a bez zbytočného odkladu.**

- 3. Ak je vyhlásenie alebo informácia zjavne chybná, poskytovatelia reklamných služieb požiadajú zadávateľov alebo poskytovateľov reklamných služieb, ktorí konajú v mene zadávateľov, o opravu ich vyhlásenia. Zadávatelia alebo poskytovatelia reklamných služieb, ktorí konajú v mene zadávateľov, vykonajú takúto opravu úplne, presne a bez zbytočného odkladu.**

Článok 6

Vedenie záznamov [...]

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy uchovávajú informácie, ktoré získajú pri poskytovaní svojich služieb, o:
 - a) politickom reklamnom oznámení alebo politickej reklamnej kampani, s ktorou je služba spojená alebo s ktorou sú služby spojené;
 - b) konkrétnej službe alebo konkrétnych službách, **ktoré poskytli** v súvislosti s politickou reklamou;
 - c) sumách vyfakturovaných za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby a hodnote iných výhod získaných čiastočne alebo úplne výmenou za poskytnutú službu alebo poskytnuté služby [...] a **ich zdroje**;
 - d) [...] totožnosti zadávateľa **politického reklamného oznámenia a v relevantných prípadoch subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi**, [...] **ich kontaktných údajoch a v prípade právnických osôb o ich mieste usadenia; a**
 - e) **v relevantných prípadoch informácie o relevantných voľbách alebo referendách, s ktorými je politické reklamné oznámenie spojené.**
2. Informácie uvedené v odseku 1 sa vyhotovujú v [...] **písomnej alebo** [...] elektronickej forme. Tieto informácie sa uchovávajú päť rokov od dátumu poslednej prípravy, umiestnenia, **propagácie**, uverejnenia alebo šírenia v závislosti od konkrétnych okolností.

[...]

Článok 6a

Zasielanie informácií vydavateľovi politickej reklamy

1. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zabezpečia, aby sa informácie uvedené v článku 6 ods. 1 poskytli vydavateľovi politickej reklamy, ktorý bude uverejňovať alebo šíriť politické reklamné oznámenie, správne, úplne a včas, aby vydavatia politickej reklamy mohli splniť svoje povinnosti podľa tohto nariadenia. Poskytovatelia služieb politickej reklamy vynaložia primerané úsilie, aby zaistili úplnosť a správnosť informácií uchovávaných podľa článku 6 ods. 1.

Ak je vydavateľ politickej reklamy jediným poskytovateľom služieb politickej reklamy, zadávateľ oznámi relevantné informácie vydavateľovi politickej reklamy.
2. Poskytovatelia služieb politickej reklamy zašlú tieto informácie súčasne s poskytnutím dotknutej služby v súlade s najlepšími postupmi a odvetvovými normami pomocou normalizovaného automatizovaného postupu, ak je to technicky možné.
3. Ak poskytovatelia služieb politickej reklamy zistia, že informácie, ktoré zaslali, boli aktualizované, zaistia, aby sa tieto aktualizované informácie oznámili príslušnému vydavateľovi politickej reklamy.

Požiadavky na transparentnosť pre každé politické reklamné oznámenie

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

V tejto súvislosti vydavateľa politickej reklamy používajú účinné a výrazné techniky označovania, ktoré umožňujú ľahkú identifikáciu politického reklamného oznámenia, ako aj to, aby označenie zostalo na svojom mieste v prípade ďalšieho šírenia politického reklamného oznámenia.
2. Oznámenie o transparentnosti [...] obsahuje tieto informácie:
 - a) totožnosť a **miesto usadenia** zadávateľa a **v relevantných prípadoch subjektu, ktorý zadávateľa v konečnom dôsledku riadi**, a **ich** kontaktné údaje;
 - b) obdobie, počas ktorého má byť politické reklamné oznámenie uverejnené a šírené [...];

- c) [...] informácie o súhrnných vynaložených sumách alebo iných výhodách, **ktoré získali poskytovatelia služieb politickej reklamy, ako aj o súhrnných vynaložených sumách alebo iných výhodách, ktoré získal vydavateľ,** čiastočne alebo úplne výmenou za [...] **služby politickej reklamy** [...] **za príslušné reklamné oznámenie a prípadne o politickej reklamnej kampani a ich zdrojoch;**
- d) prípadne informácie o voľbách alebo referendách, s ktorými je reklamné oznámenie spojené;
- e) prípadne odkazy na online archívy reklamných oznámení **uvedených v odseku 6;**
- f) informácie o spôsobe používania mechanizmov uvedených v článku 9 ods. 1;

fa) v relevantných prípadoch informácie uvedené v článku 12 ods. 4;

[...] Informácie, ktoré sa majú zahrnúť do oznámenia o transparentnosti, sa poskytujú pomocou osobitných dátových polí uvedených v prílohe I.

2a. Oznámenie o transparentnosti musí byť súčasťou každého politického reklamného oznámenia alebo sa musí dať ľahko získať, a to od jeho prvého uverejnenia až do konca jeho [...] uverejňovania. Udržiava sa v aktualizovanej podobe. Oznámenia o transparentnosti sa predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a strojovo čitateľný, ak je to technicky možné, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.

3. Vydavatelia politickej reklamy vynaložia primerané úsilie, aby zabezpečili, že informácie uvedené v odseku [...] 2 sú úplné a **správne. Ak vydavateľ politickej reklamy zistí, že informácie uvedené v odseku [...] [...] 2 sú neúplné alebo nesprávne, mal by vynaložiť primerané úsilie primerané úsilie na doplnenie alebo opravu informácií, a to v relevantných prípadoch vrátane kontaktovania zadávateľa alebo dotknutého poskytovateľa služieb.** [...] Ak [...] **tieto informácie nemožno doplniť alebo opraviť bez zbytočného odkladu, vydavateľ [...] politické reklamné oznámenie nesprístupní alebo ukončí jeho uverejňovanie alebo šírenie a [...] informuje dotknutého poskytovateľa služieb a v relevantnom prípade zadávateľa.**

Keď zadávateľ alebo poskytovatelia služieb politickej reklamy zistia, že informácie prenášané alebo uverejnené vydavateľom politickej reklamy sú neúplné alebo nesprávne, bez zbytočného odkladu kontaktujú dotknutého vydavateľa politickej reklamy a v relevantnom prípade zašlú doplnené alebo opravené informácie vydavateľovi politickej reklamy.

[...]

5. Vydavatelia politickej reklamy uchovávajú svoje oznámenia o transparentnosti spolu so všetkými úpravami počas obdobia piatich rokov od **posledného uverejnenia** [...] [...].
6. Vydavatelia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle článku 25 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách], zabezpečia, aby boli v archívoch, ktoré v **reálnom čase** sprístupňujú podľa článku 30 uvedeného nariadenia [akt o digitálnych službách], ku každému politickému reklamnému oznámeniu v danom archíve dostupné **aj aktualizované** informácie uvedené v odseku 2.

7. Členské štáty vrátane príslušných orgánov a Komisia podporia vypracovanie kódexov správania určených na to, aby prispeli k správne uplatňovaniu tohto článku, pričom vezmú do úvahy osobitné vlastnosti príslušných zapojených poskytovateľov služieb a osobitné potreby mikropodnikov a malých a stredných podnikov v zmysle článku 3 smernice 2013/34/EÚ.
8. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 19 s cieľom zmeniť prílohu I pridaním [...] alebo úpravou [...] prvkov zoznamu informácií, ktoré sa majú poskytovať podľa odseku 2, ak je takáto zmena [...] vzhľadom na technologický vývoj, **príslušný vedecký výskum, vývoj v oblasti dohľadu zo strany príslušných orgánov a príslušných usmernení vydaných príslušnými orgánmi** potrebná na pochopenie širšieho kontextu politického reklamného oznámenia a jeho cieľov.

Článok 8

Pravidelné podávanie správ o službách politickej reklamy

1. [...] Vydavatelia **politickej** reklamy zahrnú do svojej správy o hospodárení v zmysle článku 19 smernice 2013/34/EÚ, ktorá je súčasťou ich účtovnej závierky, informácie o sumách alebo hodnote iných výhod, ktoré získali čiastočne alebo úplne výmenou za tieto služby, a to vrátane použitia techník cielenia a zosilňovania vplyvu, agregovaných podľa kampane.
2. Odsek 1 sa nevzťahuje na podniky, ktoré spĺňajú podmienky podľa článku 3 **ods. 1 až 3** smernice 2013/34/EÚ.

Článok 9

Upozornenie na potenciálne nezákonné politické reklamné oznámenia

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

2.[...] Informácie o spôsobe upozorňovania na politické reklamné oznámenia podľa odseku 1 musia byť používateľsky ústretové a ľahko dostupné, a to aj z oznámenia o transparentnosti.

Vydavatelia politickej reklamy umožnia predkladanie [...] **upozornenia** uvedeného v odseku 1 elektronickými prostriedkami.

3. **Vydavatelia politickej reklamy vyvinú primerané úsilie na starostlivé a objektívne vybavenie upozornení prijatých podľa odseku 1 bez zbytočného odkladu tak, že kontaktujú príslušného [...] poskytovateľa služieb politickej reklamy [...] a v relevantných prípadoch zadávateľa.**

4.[...] Vydavateľ politickej reklamy informuje **bez zbytočného odkladu** [...] **osoby, ktoré [...]** **zaslali upozornenie [...], o** krokoch prijatých v nadväznosti na upozornenie uvedené v odseku 1 **[...]**.

4a. **Počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum vybaví vydavateľia politickej reklamy, ktorí sú veľmi veľkými online platformami v zmysle nariadenia (EÚ) 2022/XXX [akt o digitálnych službách], každé upozornenie na reklamné oznámenie súvisiace s daným hlasovaním, ktoré sa im doručí, do 48 hodín. [...]**

5.[...] Na opakované upozornenia podľa odseku 1 týkajúce sa toho istého reklamného oznámenia alebo tej istej reklamnej kampane možno odpovedať hromadne, a to aj odkazom na vyhlásenie na webovom sídle dotknutého vydavateľa politickej reklamy.

Zasielanie informácií príslušným orgánom

1. Príslušné vnútroštátne orgány majú právomoc požadovať, aby poskytovatelia služieb politickej reklamy zaslali informácie, **ktoré sú povinní mať podľa** článkov 6, 7 a 8. Zasielané informácie musia byť úplné, presné a dôveryhodné a poskytnuté v jasnom, koherentnom, konsolidovanom a zrozumiteľnom formáte. Ak je to technicky možné, informácie sa zasielajú v strojovo čitateľnom formáte.
 - 1a)** Žiadosť obsahuje tieto prvky:
 - a) odôvodnenie vysvetľujúce účel, na ktorý sa informácie požadujú, a prečo je žiadosť potrebná a primeraná, pokiaľ cieľom žiadosti nie je predchádzanie trestným činom, ich **odhaľovanie**, vyšetrovanie [...] a stíhanie a pokiaľ by tento cieľ nebol uvedením odôvodnenia ohrozený;
 - b) informácie o opravnom prostriedku, ktorý má príslušný poskytovateľ služieb a zadávateľ služby politickej reklamy k dispozícii.
2. Po prijatí žiadosti podľa odseku 1 poskytovatelia služieb politickej reklamy do dvoch pracovných dní potvrdia prijatie tejto žiadosti a informujú orgán o krokoch, ktoré podnikli na jej vybavenie. Príslušný poskytovateľ služieb poskytne požadované informácie do desiatich pracovných dní. **Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia primerané úsilie na to, aby vyžiadané informácie poskytli do pätnástich pracovných dní. Počas posledného mesiaca pred voľbami alebo referendum poskytnú poskytovatelia služieb politickej reklamy vyžiadané informácie do 48 hodín. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí spĺňajú podmienky podľa článku 3 ods. 1 až 3 smernice 2013/34/EÚ, vynaložia primerané úsilie na to, aby vyžiadané informácie poskytli bez zbytočného odkladu.**

3. Poskytovatelia služieb politickej reklamy určia kontaktné miesto na komunikáciu s príslušnými vnútroštátnymi orgánmi. Poskytovatelia služieb politickej reklamy, ktorí [...] **spĺňajú podmienky podľa** článku 3 **ods. 1 až 3** smernice 2013/34/EÚ, môžu ako kontaktné miesto určiť externú fyzickú osobu.

Článok 11

Zasielanie informácií iným zainteresovaným subjektom

1. [...] Poskytovatelia služieb politickej reklamy **na žiadosť zainteresovaných subjektov bezodplatne** zašlú informácie, **ktoré sú povinní mať podľa** [...] článkov 6 a 7 **týmto** [...] subjektom[...][...]. Zainteresované subjekty požadujúce zaslanie informácií podľa odseku 1 musia byť nezávislé od obchodných záujmov a musia patriť do jednej alebo viacerých z týchto kategórií:
- a) preverení výskumní pracovníci v súlade s článkom 31 nariadenia (EÚ) 2021/xxx [akt o digitálnych službách];
 - b) členovia organizácie občianskej spoločnosti, ktorej štatutárnym cieľom je chrániť a presadzovať verejný záujem, oprávnenej podľa vnútroštátneho práva alebo práva Únie;
 - c) politickí aktéri [...]; [...]
 - d) národní alebo medzinárodní pozorovatelia volieb [...] **uznaní** v členskom štáte [...]; **alebo**
 - e) **novinári.**

[...]

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

KAPITOLA III – CIELENIE A ZOSILŇOVANIE VPLYVU POLITICKEJ REKLAMY

Článok 12

Osobitné požiadavky týkajúce sa cielenia a zosilňovania vplyvu

1. [Techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu, ktoré zahŕňajú spracúvanie údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679 a v článku 10 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2018/1725, sú v súvislosti s politickou reklamou zakázané.
2. Zákaz stanovený v **odseku 1** [...] sa nevzťahuje na situácie uvedené v článku 9 ods. 2 písm. a) a d) nariadenia (EÚ) 2016/679 a článku 10 ods. 2 písm. a) a d) nariadenia (EÚ) 2018/1725.]
3. Pri používaní techník cielenia alebo zosilňovania vplyvu v súvislosti s politickou reklamou, ktoré zahŕňajú spracúvanie osobných údajov, musia prevádzkovatelia okrem požiadaviek stanovených v nariadení (EÚ) 2016/679 a prípadne v nariadení (EÚ) 2018/1725 dodržiavať tieto požiadavky:
 - a) prijať, [...]implementovať a **sprístupniť verejnosti** vnútornú politiku, ktorá jasne a zrozumiteľným jazykom opisuje najmä používanie takýchto techník na cielenie na fyzické osoby alebo zosilňovanie vplyvu obsahu, a uchovávať takúto politiku päť rokov;
 - b) viesť záznamy o používaní cielenia alebo zosilňovania vplyvu, príslušných mechanizmov, technikách a parametroch a zdroji (zdrojoch) použitých osobných údajov;

c) poskytnúť spolu s **upozornením, že ide o** politickú reklamu, dodatočné informácie potrebné na to, aby dotknutá fyzická osoba mohla pochopiť použitý postup a hlavné parametre použitej techniky, ako aj to, či boli použité údaje tretích strán a ďalšie analytické techniky. **Informácie, ktoré sa majú zahrnúť, sa poskytujú pomocou osobitných dátových polí uvedených v prílohe II. [...]4. Tieto dodatočné informácie predovšetkým zahŕňajú:**

- i) **konkrétnu skupinu príjemcov, ktorým je reklama určená, vrátane parametrov použitých na určenie príjemcov, medzi ktorých sa reklama šíri;**
- ii) **kategórie a zdroje osobných údajov používané na cielenie a zosilňovanie vplyvu;**
- iii) **obdobie šírenia;**
- iv) **odkaz na webovú stránku alebo jednoznačnú informáciu o tom, kde možno ľahko nájsť politiku uvedenú v odseku 3 písm. a).**

4a. Ak prevádzkovatelia nie sú vydavateľmi reklamy, prevádzkovatelia zašlú vnútornú politiku [...] vydavateľovi politickej reklamy a **zaistia, aby sa mu oznámili informácie uvedené v [...] odseku 4, s cieľom umožniť mu splniť si povinnosti podľa tohto nariadenia. Informácie sa zasielajú včas a presne v súlade s najlepšimi postupmi a odvetvovými normami prostredníctvom štandardizovaného automatizovaného procesu, ak je to technicky možné.**

4b. Poskytovatelia reklamných služieb v prípade potreby zašlú prevádzkovateľom informácie potrebné na splnenie povinností podľa odsekov 3 a 4.

5. Vydavatelía politickej reklamy, ktorí používajú techniky cielenia alebo zosilňovania vplyvu [...] **zahŕňajúce spracúvanie osobných údajov**, uvedú v reklamnom oznámení alebo spolu s ním [...] **alebo** v oznámení o transparentnosti požadovanom podľa článku 7 odkaz na účinné prostriedky na podporu fyzických osôb pri uplatňovaní ich práv podľa nariadenia (EÚ) 2016/679, **prípadne nariadenia (EÚ) 2018/1725**.
6. Informácie, ktoré sa majú poskytovať v súlade s [...] **odsekmi 3 až 5**, sa predkladajú vo formáte, ktorý je ľahko dostupný a strojovo čitateľný, ak je to technicky možné, jasne viditeľný a používateľsky ústretový, a to aj vďaka použitiu zrozumiteľného jazyka.

[...]

8. Komisia je splnomocnená prijímať delegované akty v súlade s článkom 19 s cieľom zmeniť prílohu II **doplnením alebo** úpravou [...] prvkov zoznamu informácií, ktoré sa majú poskytovať podľa odseku [...]3 písm. [...]c) tohto článku, vzhľadom na technologický vývoj, [...] príslušný vedecký výskum a na vývoj v oblasti dohľadu zo strany príslušných orgánov a príslušných usmernení vydaných príslušnými orgánmi.

Článok 13

Zasielanie informácií týkajúcich sa cielenia alebo zosilňovania vplyvu iným zainteresovaným subjektom

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

KAPITOLA IV – DOHLAD A PRESADZOVANIE

Článok 14

Právny zástupca

1. Poskytovatelia služieb, ktorí poskytujú služby politickej reklamy v Únii, ale nie sú usadení v Únii, písomne určia fyzickú alebo právnickú osobu ako svojho právneho zástupcu v jednom z členských štátov, v ktorých poskytovateľ ponúka svoje služby.
2. Právny zástupca je zodpovedný za zabezpečenie dodržiavania povinností zastupovaného poskytovateľa služieb, ktoré mu vyplývajú z tohto nariadenia, a je adresátom všetkej komunikácie s príslušným poskytovateľom služieb stanovenej v tomto nariadení. Všetka komunikácia s týmto právnym zástupcom sa považuje za komunikáciu so zastupovaným poskytovateľom služieb.

Príslušné orgány a kontaktné miesta

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

4. Príslušné orgány uvedené v odseku 3 majú pri výkone svojich úloh dohľadu v súvislosti s týmto nariadením právomoc požiadať poskytovateľov služieb politickej reklamy o prístup k údajom, dokumentom alebo akýmkoľvek informáciám, ktoré sú potrebné na plnenie ich úloh dohľadu.
5. Príslušné orgány uvedené v odseku 3 majú pri uplatňovaní svojich právomocí na presadzovanie práva v súvislosti s týmto nariadením právomoc:
- a) vydávať varovania určené poskytovateľom služieb politickej reklamy týkajúce sa nedodržiavania povinností podľa tohto nariadenia;
 - b) uverejniť vyhlásenie, v ktorom sa uvedie právnická a fyzická osoba alebo osoby zodpovedné za porušenie povinnosti stanovenej v tomto nariadení a povaha tohto porušenia;
 - c) ukladať správne pokuty a finančné sankcie.
6. Členské štáty zabezpečia spoluprácu medzi príslušnými orgánmi, a to najmä v rámci vnútroštátnych sietí pre voľby, na uľahčenie rýchlej a zabezpečenej výmeny informácií o otázkach spojených s vykonávaním úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia, a to aj prostredníctvom spoločného zisťovania porušení, informovania o zisteniach, výmeny odborných znalostí a spolupráce pri uplatňovaní a presadzovaní príslušných pravidiel.
7. Každý členský štát určí jeden príslušný orgán ako kontaktné miesto na úrovni Únie na účely tohto nariadenia.

8. Ak poskytovateľ služieb politickej reklamy poskytuje služby vo viac ako jednom členskom štáte alebo sa jeho hlavné miesto podnikateľskej činnosti alebo zástupca nachádzajú v jednom členskom štáte, ale svoje hlavné činnosti vykonáva v inom členskom štáte, príslušný orgán členského štátu, v ktorom sa nachádza hlavné alebo iné miesto podnikateľskej činnosti alebo zástupca, a príslušné orgány týchto iných členských štátov spolupracujú a v prípade potreby si navzájom pomáhajú. Pokiaľ už nie je táto spolupráca upravené právom Únie, zahŕňa aspoň tieto aspekty:
- a) príslušné orgány, ktoré uplatňujú opatrenia dohľadu alebo presadzovania v členskom štáte, informujú prostredníctvom kontaktného miesta uvedeného v odseku 7 príslušné orgány v ostatných dotknutých členských štátoch a konzultujú s nimi prijaté opatrenia v oblasti dohľadu a presadzovania a následné opatrenia;
 - b) príslušný orgán môže prostredníctvom kontaktného miesta uvedeného v odseku 7 odôvodneným a primeraným spôsobom požiadať iný príslušný orgán, aby prijal opatrenia dohľadu alebo presadzovania uvedené v odsekoch 4 a 5, ak má na to lepšie postavenie, a
 - c) príslušný orgán po prijatí odôvodnenej žiadosti od iného príslušného orgánu poskytne tomuto inému príslušnému orgánu pomoc, aby sa opatrenia dohľadu alebo presadzovania uvedené v odsekoch 4 a 5 mohli vykonávať účinným, efektívnym a konzistentným spôsobom. Takto dožiadaný príslušný orgán prostredníctvom kontaktných miest uvedených v odseku 7 a v lehote primeranej naliehavosti žiadosti poskytne odpoveď, v ktorej oznámi požadované informácie alebo informuje, že sa nedomnieva, že sú splnené podmienky na vyžiadanie pomoci podľa tohto nariadenia. Akékoľvek informácie, ktoré sú predmetom výmeny v súvislosti s požadovanou a poskytnutou pomocou podľa tohto článku, sa použijú len v súvislosti so záležitosťou, pre ktorú boli vyžiadané.
9. Kontaktné miesta sa pravidelne stretávajú na úrovni Únie v rámci Európskej siete pre spoluprácu v oblasti volieb, aby sa uľahčila rýchla a zabezpečená výmena informácií o otázkach súvisiacich s výkonom ich úloh v oblasti dohľadu a presadzovania podľa tohto nariadenia.

Článok 16

Sankcie

1. V súvislosti s článkami 5 až 11, článkom 13 a článkom 14 členské štáty stanovujú pravidlá o sankciách vrátane správnych pokút a finančných sankcií uplatniteľných na poskytovateľov služieb politickej reklamy, ktoré podliehajú ich právomoci, za porušenia tohto nariadenia, ktoré musia byť v každom jednotlivom prípade účinné, primerané a odrádzajúce.
2. Členské štáty oznámia Komisii tieto pravidlá do dvanástich mesiacov od nadobudnutia účinnosti tohto nariadenia a bezodkladne ju informujú o akejkolvek ich následnej zmene.
3. Pri rozhodovaní o druhu sankcií a ich výške sa v každom jednotlivom prípade okrem iného náležite zohľadní:
 - a) povaha, závažnosť a trvanie porušenia;
 - b) úmyselný alebo nedbanlivostný charakter porušenia;
 - c) akékoľvek opatrenia prijaté na zmiernenie akýchkoľvek škôd;
 - d) akékoľvek príslušné predchádzajúce porušenia a akékoľvek iné pritŕžujúce alebo poľahčujúce okolnosti vzťahujúce sa na okolnosti daného prípadu a
 - e) stupeň spolupráce s príslušným orgánom.
4. Porušenia článku 7 sa považujú za obzvlášť závažné, ak sa týkajú politickej reklamy uverejnenej alebo šírenej počas obdobia volieb a zameranej na občanov v členskom štáte, v ktorom sa príslušné voľby organizujú.

5. Ak poskytovateľ služby úmyselne alebo z nedbanlivosti poruší ustanovenia tohto nariadenia pri rovnakej alebo súvisiacej politickej reklame, musí byť možné celkovú výšku správnej pokuty dostatočne upraviť tak, aby sa zohľadnili všetky príslušné faktory; skutočnosť, že nariadenie bolo porušené vo viacerých ohľadoch, sa premietne do výšky celkovej pokuty v súlade so zásadou proporcionality.
6. Za porušenie povinností stanovených v článku 12 môžu dozorné orgány uvedené v článku 51 nariadenia (EÚ) 2016/679 v rámci svojich právomocí ukladať správne pokuty v súlade s článkom 83 nariadenia (EÚ) 2016/679, a to do sumy uvedenej v článku 83 ods. 5 uvedeného nariadenia.
7. Za porušenie povinností stanovených v článku 12 môže dozorný orgán uvedený v článku 52 nariadenia (EÚ) 2018/1725 v rámci svojich právomocí ukladať správne pokuty v súlade s článkom 66 nariadenia (EÚ) 2018/1725, a to do sumy uvedenej v článku 66 ods. 3 uvedeného nariadenia.

Článok 17

Uverejnenie období volieb

Členské štáty uverejnia termíny svojich vnútroštátnych období volieb na ľahko dostupnom mieste spolu s vhodným odkazom na toto nariadenie.

KAPITOLA V – ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

Článok 18

Hodnotenie a preskúmanie

Komisia do dvoch rokov po každých voľbách do Európskeho parlamentu a prvýkrát najneskôr do 31. decembra 2026 predloží správu o hodnotení a preskúmaní tohto nariadenia. V uvedenej správe sa posúdi potreba zmeny tohto nariadenia. Táto správa sa zverejní.

Článok 19

Vykonávanie delegovania právomoci

1. Komisii sa udeľuje právomoc prijímať delegované akty za podmienok stanovených v tomto článku.
2. Právomoc prijímať delegované akty uvedené v článku 7 ods. 8 a článku 12 ods. 8 sa Komisii udeľuje na obdobie [do vyhodnotenia uplatňovania tohto nariadenia, dva roky po nasledujúcich voľbách do Európskeho parlamentu].
3. Delegovanie právomocí uvedené v článku 7 ods. 8 a v článku 12 ods. 8 môže Európsky parlament alebo Rada kedykoľvek odvolať. Rozhodnutím o odvolaní sa ukončuje delegovanie právomoci, ktoré sa v ňom uvádza. Rozhodnutie nadobúda účinnosť dňom nasledujúcim po jeho uverejnení v Úradnom vestníku Európskej únie alebo k neskoršiemu dátumu, ktorý je v ňom určený. Nie je ním dotknutá platnosť delegovaných aktov, ktoré už nadobudli účinnosť.

4. Komisia oznamuje delegovaný akt hneď po jeho prijatí súčasne Európskemu parlamentu a Rade.
5. Delegovaný akt prijatý podľa článku 7 ods. 8 a článku 12 ods. 8 nadobudne účinnosť, len ak Európsky parlament alebo Rada voči nemu nevzniesli námietku v lehote dvoch mesiacov odo dňa oznámenia uvedeného aktu Európskemu parlamentu a Rade alebo ak pred uplynutím uvedenej lehoty Európsky parlament a Rada informovali Komisiu o svojom rozhodnutí nevzniesť námietku. Na podnet Európskeho parlamentu alebo Rady sa táto lehota predĺži o dva mesiace.

Článok 20

Nadobudnutie účinnosti a uplatňovanie

1. Toto nariadenie nadobúda účinnosť dvadsiatym dňom po jeho uverejnení v Úradnom vestníku Európskej únie.
2. Uplatňuje sa od 1. apríla 2023.
3. Toto nariadenie je záväzné v celom rozsahu a priamo uplatniteľné vo všetkých členských štátoch.

V Bruseli

*Za Európsky parlament
predseda/predsedníčka*

*Za Radu
predseda/predsedníčka*