



Svet
Evropske unije

Bruselj, 10. junij 2022
(OR. en)

Medinstitucionalna zadeva:
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

DOPIS

Pošiljatelj:	Generalni sekretariat Sveta
Prejemnik:	delegacije
Št. predh. dok.:	8647/22 + REV1
Št. dok. Kom.:	14374/21 + COR1 + COR1 REV1; + ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1; + ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final
Zadeva:	Prelog UREDBE EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA o preglednosti in ciljanem političnem oglaševanju – kompromisno besedilo predsedstva

V prilogi vam pošiljamo **revidirano** kompromisno besedilo predsedstva o navedenem predlogu.

Črtano besedilo predloga Komisije je označeno z [...], dodano besedilo k predlogu Komisije pa je **podčrtano v krepkem tisku**.

Predlog

UREDBA EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA

o preglednosti in ciljanem političnem oglaševanju

(Besedilo velja za EGP)

EVROPSKI PARLAMENT IN SVET EVROPSKE UNIJE STA –

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

ob upoštevanju predloga Evropske komisije,

po posredovanju osnutka zakonodajnega akta nacionalnim parlamentom,

ob upoštevanju mnenja Evropskega ekonomsko-socialnega odbora¹,

ob upoštevanju mnenja Odbora regij²,

v skladu z rednim zakonodajnim postopkom,

¹ UL C , , str. .

² UL C , , str. .

ob upoštevanju naslednjega:

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

- (4) Potreba po zagotavljanju preglednosti je legitimen javni cilj, skladen z vrednotami, ki so skupne EU in njenim državam članicam v skladu s členom 2 Pogodbe o Evropski uniji (PEU). Državljeni včasih s težavo prepoznajo politične oglase, enako pa velja tudi za njihovo uveljavljanje demokratičnih pravic na ozaveščen način. **Vse večja izpopolnjenost dezinformacij, diverzifikacija akterjev, hiter razvoj novih tehnologij in okrepljeno širjenje manipulativnega vmešavanja so izjemni izzivi za EU in države članice. Politično oglaševanje je lahko dejavnik pri razširjanju dezinformacij, posebej kadar oglasi ne razkrivajo svoje politične narave in kadar so ciljno usmerjeni ali vsebujejo močno sporočilo.** Visoka raven preglednosti je med drugim potrebna v podporo odprti in poštenu politični razpravi **pri zagotavljanju demokratičnih političnih kampanj** ter svobodnim in poštenim volitvam ali referendumom, kot tudi za boj proti dezinformacijam in nezakonitemu vmešavanju, tudi iz tujine. [...]. Preglednost političnega oglaševanja prispeva k temu, da volivci bolje razumejo, kdaj jim je prikazan politični oglas, v čigavem imenu je bil oglas pripravljen in kako ponudnik storitev oglaševanja nanje cilja, kar jim omogoča bolj ozaveščene odločitve.
- (5) V okviru političnega oglaševanja se pogosto uporabljajo tehnike ciljanja in močnega poudarjanja. Tehnike ciljanja ali močnega poudarjanja bi se morale razumeti kot tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje prilagojenega političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino oziroma za višjo stopnjo razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa. Glede na moč in možnosti zlorabe osebnih podatkov s ciljanjem, tudi z mikrociljanjem in drugimi naprednimi tehnikami, lahko take tehnike predstavljajo posebno grožnjo legitimnim javnim interesom, kot so poštenost, enake možnosti in preglednost v volilnem procesu ter temeljna pravica do obveščenosti na objektivni, pregleden in pluralističen način.

- (6) Politično oglaševanje je v državah članicah trenutno različno urejeno, te ureditve pa se pogosto osredotočajo na tradicionalne oblike medijev. V zvezi s tem obstajajo posebne omejitve, tudi za čezmejno opravljanje storitev političnega oglaševanja. Nekatere države članice ponudnikom storitev EU, ki imajo sedež v drugih državah članicah, v volilnih obdobjih prepovedujejo opravljanje storitev politične narave ali s političnim namenom. Obenem v nekaterih državah članicah najverjetneje obstajajo vrzeli in praznine v nacionalni zakonodaji, zaradi česar se politični oglasi včasih razširjajo brez upoštevanja ustreznih nacionalnih pravil, kar lahko ogroža cilj ureditve preglednosti političnega oglaševanja.
- (7) Za zagotovitev večje preglednosti političnega oglaševanja, tudi v odziv na pomisleke državljanov, so nekatere države članice že proučile dodatne ukrepe za preglednost političnega oglaševanja in v podporo poštenu politični razpravi ter svobodnim in poštenim volitvam ali referendumom oziroma o takih ukrepih razmišljajo. Ti nacionalni ukrepi se predvsem proučujejo za oglaševanje, ki se objavlja in razširja na spletu, in lahko vključujejo nadaljnje prepovedi. Ukrepi segajo od mehkih do zavezujočih in vključujejo različne elemente preglednosti.
- (8) To povzroča razdrobljenost notranjega trga, zmanjšuje pravno varnost za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki pripravljajo, oddajajo v razširjanje, **promovirajo**, izdajajo ali razširjajo politične oglase, ustvarja ovire za prosti pretok povezanih storitev, izkrivlja konkurenco na notranjem trgu, tudi med ponudniki spletnih in nespletnih storitev, ter od ponudnikov ustreznih storitev zahteva zapletena prizadevanja za zagotavljanje skladnosti in dodatne stroške.
- (9) Te okoliščine ponudnike storitev političnega oglaševanja verjetno odvrčajo od opravljanja storitev v čezmejnih primerih. To še posebej velja za mikropodjetja in MSP, ki pogosto nimajo sredstev, da bi pokrila visoke stroške zagotavljanja skladnosti, povezane s pripravo, oddajo v razširjanje, **promocijo**, izdajanjem ali razširjanjem političnih oglasov v več kot eni državi članici, ali da bi te stroške prenesla na stranke. To omejuje razpoložljivost storitev in negativno vpliva na možnosti ponudnikov storitev za uvajanje inovacij in ponujanje večmedijskih in večnacionalnih kampanj na notranjem trgu.

- (10) Zato bi bilo treba pri opravljanju storitev političnega oglaševanja zagotoviti dosledno in visoko raven preglednosti političnega oglaševanja po vsej Uniji ter preprečiti razlike, ki ovirajo prosti pretok s tem povezanih storitev na notranjem trgu, in sicer z določitvijo enotnih obveznosti glede preglednosti za ponudnike storitev političnega oglaševanja, ki bodo zagotavljale enotno varstvo pravic posameznikov in nadzor na celotnem notranjem trgu na podlagi člena 114 PDEU.
- (11) Države članice v svojem nacionalnem pravu ne bi smele ohranяти ali vanj uvajati določb **o preglednosti političnega oglaševanja, ki** se razlikujejo od določb iz te uredbe, predvsem strožjih ali manj strogih določb, ki bi povzročile različne ravni preglednosti političnega oglaševanja. Popolna harmonizacija zahtev glede preglednosti, povezanih s političnim oglaševanjem, povečuje pravno varnost in zmanjšuje razdrobljenost obveznosti, ki jih morajo izpolnjevati ponudniki storitev v okviru političnega oglaševanja.
- (12) Popolna harmonizacija zahtev glede preglednosti ne bi smela posegati v svobodo ponudnikov storitev političnega oglaševanja, da prostovoljno zagotovijo dodatne informacije o političnem oglaševanju, **na primer [...] število klikov na specifični politični oglas na spletu,** v okviru svobode izražanja **in obveščanja**, zaščitene na podlagi člena 11 Listine o temeljnih pravicah.
- (13) Ta uredba ne bi smela [...] vplivati **niti** [...] na vsebino **političnega oglaševanja niti na pravila Unije ali držav članic, ki urejajo prikazovanje** političnih oglasov, [...] **volilna obdobja in vodenje političnih kampanj, vključno s prepovedmi oglaševanja** [...].
- (13a) Pri uporabi [in izvrševanju] te uredbe bi bilo treba v skladu z načelom sorazmernosti upoštevati posebne potrebe mikro, malih in srednjih podjetij. Pojem mikro, malih in srednjih podjetij bi bilo treba razumeti v smislu člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU.**

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

(14a) Pri uporabi te uredbe bi bilo treba, po potrebi, upoštevati posebnosti medija objave, zlasti zaradi prilagoditve načinov televiziji, radiu in časopisom, v skladu s pravom EU.

- (15) Za politično oglaševanje ali politični oglas ne obstaja opredelitev na ravni Unije. Potrebna je skupna opredelitev, da se določi področje uporabe harmonizacije zahtev glede preglednosti ter pravil o ciljanju in močnem poudarjanju. Ta opredelitev bi morala zajemati številne oblike, v katerih se pojavlja politično oglaševanje, ter vsa sredstva in načine izdajanja ali razširjanja v Uniji, ne glede na to, ali se vir nahaja v Uniji ali v tretji državi.
- (16) Opredelitev političnega oglaševanja bi morala vključevati oglaševanje, ki ga neposredno ali posredno **pripravi, odda v razširjanje, promovira**, izda ali razširja politični akter ali kdo drug v njegovem imenu. Ker oglasov političnega akterja oziroma oglasov zanj ali v njegovem imenu ni mogoče ločiti od njegove dejavnosti v vlogi političnega akterja, se lahko zanje šteje, da lahko vplivajo na politično razpravo, razen v primeru sporočil, ki so izključno zasebne ali izključno komercialne narave.

- (17) Tudi sporočila, ki jih **promovirajo**, objavljajo ali razširjajo drugi akterji in bi lahko vplivala na izid volitev ali referendumov, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje **na ravni Unije, nacionalni, regionalni, lokalni ravni ali ravni politične stanke, ter so oblikovana v ta namen**, bi bilo treba šteti za politično oglaševanje. **Obstajati bi morala jasna in bistvena povezava med sporočilom in njegovim morebitnim vplivom na izid volitev ali referendumov, zakonodajnega ali regulativnega postopka ali volilno vedenje**. Da bi lahko določili **obstoj takšne povezave**, [...] bi bilo treba upoštevati vse relevantne dejavnike, kot so **sponzor sporočila**, vsebina sporočila, jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, **vkjučno z obdobjem razširjanja, kot so obdobja volitev**, cilj sporočila, [...] sredstva, s katerimi se sporočilo **promovira**, objavi ali razširja, **in ciljno občinstvo**. Sporočila o družbenih ali spornih vprašanjih lahko [...] vplivajo **in so zasnovana tako**, da vplivajo na izid volitev ali referendumov, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje.
- (18) Praktične informacije iz uradnih virov **izključno** o organizaciji volitev in referendumov ter o načinih udeležbe na njih se ne bi smele šteti za politično oglaševanje.
- (19) Ta uredba ne bi smela vključevati političnih [...] **mnenj**, izraženih **v okviru uredniške odgovornosti ponudnika[...] katerega koli medija, tudi** v programih avdiovizualnih **medijskih storitev v smislu člena 1(1)(a) Direktive 2010/13/EU³**, [...] linearnih in nelinearnih radijskih oddaj, ali objavljenih v tiskanih **ali spletnih** medijih, **[...] razen če je ponudnik storitev prejel plačilo za politični oglas**.

³ UL L 95, 15.4.2010, str. 1.

- (20) Za namene te uredbe bi bilo treba volitve razumeti kot volitve v Evropski parlament, vse volitve ali referendum, organizirane na nacionalni, regionalni in lokalni ravni v državah članicah, ter volitve za izvolitev vodstva političnih strank.
- Drugih oblik volitev, kot so **strokovno ali** zasebno organizirana glasovanja, ta uredba ne bi smela zajemati.
- (21) Politični oglas je treba opredeliti kot posamezni primer političnega oglaševanja. Oglasi vključujejo sredstva, s katerimi se oglaševalsko sporočilo posreduje, vključno s tiskom, radiodifuzijskimi mediji in storitvami spletnih platform.
- (22) Politični akterji v smislu te uredbe bi morali pomeniti koncepte, opredeljene v pravu Unije in nacionalnem pravu v skladu z mednarodnimi pravnimi instrumenti, kot so instrumenti Sveta Evrope. Pojem političnih [...] **akterjev** bi moral vključevati [...] povezane in odvisne subjekte **politične stranke** s pravno osebnostjo ali brez nje, ki so bili ustanovljeni, da bi **jo** podpirali [...] ali uresničevali [...] **njene** cilje, na primer s sodelovanjem s posebno skupino volivcev, ali za posebne volilne namene.
- (23) Koncept političnih akterjev bi moral vključevati tudi **kandidate za katero koli voljeno funkcijo** [...] [...] in **člane vlad držav članic na [...], nacionalni, regionalni ali lokalni ravni ali člane Evropske institucije, razen Sodišča Evropske unije, Evropske centralne banke in Računskega sodišča.** V to opredelitev bi bilo treba vključiti tudi druge politične organizacije, **ustanovljene za doseganje specifičnega izida volitev ali referendum.**
- (24) Kampanja političnega oglaševanja bi se morala nanašati na pripravo, **oddajo v razširjanje, promoviranje,** izdajanje in razširjanje niza povezanih oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva in financiranja. [...]
- (25) Opredelitev političnega oglaševanja ne bi smela vplivati na nacionalne opredelitve političnih strank, političnih ciljev ali **volilnih** obdobj [...] na nacionalni ravni.

- (26) Da bi zajeli širok nabor relevantnih ponudnikov storitev, povezanih s storitvami političnega oglaševanja, bi bilo treba ponudnike storitev političnega oglaševanja razumeti kot ponudnike, ki sodelujejo v pripravi, oddaji v razširjanje, promociji, izdajanju [...] **ali** razširjanju političnega oglaševanja. **Ponudniki, ki zagotavljajo izključno pomožne storitve v zvezi s storitvami političnega oglaševanja, se ne bi smeli šteti za ponudnike storitev političnega oglaševanja v smislu te uredbe.**
- (26a) Izdajatelje političnega oglaševanja bi bilo treba razumeti kot ponudnike storitev političnega oglaševanja, običajno na koncu verige ponudnikov storitev, ki objavljajo in razširjajo politične oglase z radiodifuzijo, jih dajejo na voljo prek vmesnika ali jih kako drugače dajejo v javno domeno.**
- (26b) Sponzorja bi bilo treba razumeti kot osebo, v imenu katere se politično oglaševanje pripravlja, oddaja v razširjanje, promovira, objavlja ali razširja; to je na primer posamezni kandidat na volitvah, registrirana tretja oseba ali politična stranka.**
- (27) Pojem storitev političnega oglaševanja ne bi smel vključevati sporočil, ki jih posamezniki delijo zgolj v svojem imenu. Če posamezniki objavljajo sporočila, za katerih razširjanje ali objavo plača [...] **tretja oseba**, se ne bi smelo šteti, da delujejo v svojem imenu.
- (28) Ko [...] **sponzor izjavi**, [...] da je oglaševanje [...] [...] [...] politično [...], bi bilo treba to jasno sporočiti drugim ponudnikom storitev, ki sodelujejo v storitvah političnega oglaševanja. **Sponzor bi moral to izjavo podati v dobri veri.**
- Poleg tega bi morale biti tudi nadaljnje razširjanje ogla[...]ševanja[...], potem ko je to opredeljeno kot politično oglaševanje, v skladu z zahtevami glede preglednosti. Tudi ko si ljudje na primer med seboj spontano delijo [...] **politično oglaševanje, kot je opredeljeno v tej uredbi**, bi morale biti oglaševanje še vedno označeno kot politično oglaševanje.

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

- (31) Svoboda izražanja **in obveščanja**, zaščiten s členom 11 Listine o temeljnih pravicah, zajema pravico posameznika do političnega mnenja, sprejemanja in širjenja političnih informacij ter izmenjave političnih idej. Vsaka omejitev **te svoboščine** [...] mora biti v skladu s členom 52 Listine o temeljnih pravicah. [...] **Ta** svoboda je lahko predmet sprememb in omejitev, če take spremembe in omejitve upravičuje zasledovanje legitimnega javnega interesa in če so v skladu s splošnimi načeli prava EU, kot sta sorazmernost in pravna varnost. To med drugim velja, če se politične ideje sporočajo prek ponudnikov oglaševalskih storitev.
- (32) Kar zadeva spletne posrednike, se Uredba (EU) 202[...]**2**/XX [akt o digitalnih storitvah] uporablja za politične oglase, ki jih izdajo ali razširjajo spletni posredniki, prek horizontalnih pravil, ki se uporabljajo za vse vrste spletnega oglaševanja, vključno s komercialnimi in političnimi oglasi. Na podlagi opredelitve političnega oglaševanja iz te uredbe je primerno določiti dodatne podrobnosti o zahtevah glede preglednosti za izdajatelje oglasov, ki spadajo na področje uporabe Uredbe (EU) 202**2**[...]/XX [akt o digitalnih storitvah], predvsem za zelo velike **spletne** platforme. To zadeva predvsem informacije v zvezi s financiranjem političnih oglasov. **[Zahteve iz te uredbe ne posegajo v določbe akta o digitalnih storitvah, tudi kar zadeva oceno tveganja in ukrepe za zmanjšanje tveganja za zelo velike spletne platforme v zvezi z njihovimi oglaševalskimi sistemi.]**
- (33) Priprava, oddaja v razširjanje, promocija, izdajanje in razširjanje političnega oglaševanja lahko vključujejo zapleteno verigo ponudnikov storitev. To velja predvsem, kadar izbiro vsebine oglasa, izbiro meril ciljanja **in močnega poudarjanja**, zagotavljanje podatkov, ki se uporabijo za ciljanje **in močno poudarjanje** z oglasom, zagotavljanje tehnik ciljanja **in močnega poudarjanja**, izdelavo oglasa in njegovo razširjanje nadzorujejo različni ponudniki storitev. Avtomatizirane storitve lahko na primer podpirajo ujemanje profila uporabnika vmesnika z zagotovljeno oglaševalsko vsebino tako, da uporabijo osebne podatke, pridobljene neposredno od uporabnika storitve in na podlagi uporabnikovega spletnega vedenja, ter izpeljane podatke.

- (34) Glede na pomen učinkovitega izpolnjevanja zahtev glede preglednosti, med drugim s poenostavitvijo njihovega nadzora, bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotoviti, da so ustrezne informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, vključno z navedbo, da gre za politični oglas, **popolne in točne ter** se sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja, ki politični oglas izda za javnost. Da bi se podprla učinkovito izvajanje te zahteve ter pravočasno in točno zagotavljanje teh informacij, bi morali ponudniki storitev političnega oglaševanja **te informacije posredovati hkrati z zagotavljanjem zadevne storitve ter** razmisliti o avtomatizaciji prenosa informacij med ponudniki storitev političnega oglaševanja in tako avtomatizacijo podpreti. **Ko ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo, da so bile informacije, ki so jih posredovali, posodobljene, bi morali zagotoviti, da se te posodobljene informacije sporočijo zadevnemu izdajatelju političnega oglaševanja.**
- (34a) Ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo, da bi bilo treba informacije posodobiti, ko sponzor ali ponudnik storitev, ki deluje v njegovem imenu, obvesti ponudnika storitev političnega oglaševanja o zadevni spremembi. Izdajatelj političnega oglaševanja se lahko tudi seznani s takšno potrebo po posodobitvi z obvestilom iz te uredbe.**
- (34[...])b) Če se ponudniki storitev političnega oglaševanja [...] seznanijo z očitno napako, netočnostjo ali nepopolnostjo [...] sporočenih informacij, bi si morali ponudniki storitev političnega oglaševanja razumno prizadevati za odpravo take očitne napake, [...] netočnosti ali nepopolnosti, zlasti s potrditvijo informacij, ki jih zagotovi ponudnik storitev političnega oglaševanja [...] ali po potrebi sam sponzor. Od ponudnika storitev političnega oglaševanja se ne bi smelo zahtevati, da izvaja pretirane ali drage postopke za ugotavljanje dejstev [...]. Razumna prizadevanja se lahko po potrebi odražajo tudi v pogodbenih dogovorih med ponudniki storitev in s sponzorjem.**

(34[...])c Razumna prizadevanja bi morala vključevati skrbne in objektivne ukrepe, kot je vzpostavitev stika s sponzorjem ali ponudnikom zadevnih [...] storitev političnega oglaševanja, da se dopolnijo ali popravijo informacije. Upoštevati bi bilo treba naravo in pomen napačnih ali manjkajočih informacij v zvezi z zahtevami iz te uredbe.

- (35) Kadar zaradi umetne komercialne ali pogodbene konstrukcije obstaja tveganje, da se učinkovitost zahtev glede preglednosti iz te uredbe zaobide, bi se morale te obveznosti uporabljati za subjekte, ki dejansko zagotavljajo oglaševalsko storitev.

[...]

- (37) Čeprav ta uredba določa posebne zahteve, se nobena od v njej določenih obveznosti ne bi smela razumeti, kot da se ponudnikom posredniških storitev nalaga splošna obveznost spremljanja političnih vsebin, ki si jih izmenjujejo fizične ali pravne osebe, niti splošna obveznost, da sprejmejo proaktivne ukrepe v zvezi z nezakonitimi vsebinami ali vsebinami, povezanimi z nezakonitimi dejavnostmi, ki jih navedeni ponudniki prenašajo ali shranjujejo.

- (38) Preglednost političnega oglaševanja bi morala državljanom omogočiti, da politični oglas prepoznajo kot tak. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali zagotoviti, da se [...] [...] **skupaj** z vsakim političnim oglasom objavi jasna izjava, da gre za politični oglas, in navede njegov sponzor. Kadar je primerno, bi lahko ime sponzorja vključevalo politični logotip. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali uporabljati označevanje, ki je učinkovito ter upošteva razvoj v zadevnih znanstvenih raziskavah in dobre prakse v zvezi z uporabo označevanja oglasov za zagotavljanje preglednosti. **Predstavitev izjave in ime sponzorja se lahko razlikujeta glede na uporabljena sredstva. Pri radiodifuzijskih storitvah bi se izjava na primer lahko uporabila pred oglasom ali po njem.** Zagotoviti bi morali tudi, da se [...] **skupaj** z vsakim političnim oglasom objavijo informacije, ki omogočajo razumevanje širšega konteksta in namena političnega oglasa ter ki so lahko vključene v sam oglas ali pa jih izdajatelj objavi na svojem spletnem mestu, dostopnem prek povezave, **hitroodzivne kode (ali kode QR)** ali enakovredne in uporabniku prijazne usmeritve, vključene v oglas.

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

- (40) Informacije, ki jih mora vključevati obvestilo o preglednosti, bi morale biti navedene v samem oglasu ali bi morale biti zlahka dostopne na podlagi usmeritve, ki je del oglasa. **Predstavitev informacij se lahko razlikuje glede na uporabljena sredstva. Za enostaven dostop do informacij v obvestilu o preglednosti v nespletnem oglasu bi lahko uporabili na primer namensko spletno povezavo, hitroodzivno kodo (ali kodo QR) ali enakovredne uporabniku prijazne tehnične ukrepe.**

Zahteva, da morajo biti informacije iz obvestila o preglednosti med drugim jasno opazne, bi morala pomeniti, da so jasno poudarjene v ali ob oglasu. Zahteva, da morajo biti informacije, objavljene v obvestilu o preglednosti, lahko dostopne, strojno berljive, če je to tehnično izvedljivo, ter uporabniku prijazne, bi se morala nanašati tudi na potrebe invalidov. Priloga I k Direktivi (EU) 2019/882 (evropski akt o dostopnosti) vsebuje zahteve glede dostopnosti informacij, vključno z digitalnimi informacijami, ki bi se morale uporabljati za to, da bi bile informacije o političnem oglaševanju dostopne invalidom.

- (41) Obvestila o preglednosti bi morala biti zasnovana tako, da bi pripomogla k ozaveščanju uporabnika in k jasnemu prepoznavanju političnega oglasa kot takega. Oblikovana bi morala biti tako, da se ohranijo, **če je tehnično to mogoče**, oziroma ostanejo dostopna, tudi če se politični oglas razširja naprej, na primer tako, da se objavi na drugi platformi ali da si ga posamezniki posredujejo med seboj. Informacije, navedene v obvestilu o preglednosti, bi bilo treba objaviti ob začetku izdajanja političnih oglasov **in do konca njihovega objavljanja [...]. Izdajatelji političnega oglaševanja bi morali hraniti svoja obvestila o preglednosti in jih na zahtevo dati na voljo skupaj z morebitnimi spremembami pet let po zadnji izdaji.** Hranjene informacije bi morale vključevati tudi informacije o političnem oglaševanju, ki se je zaključilo ali ki ga je izdajatelj umaknil. **Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki niso zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2022/XXX [akt o digitalnih storitvah], bi morali imeti možnost, da določijo obliko za hrambo teh informacij.**

- (42) Ker izdajatelji političnega oglaševanja dajejo politične oglase na voljo javnosti, bi morali navedene informacije objaviti ali razširjati v javnosti ob izdaji ali razširjanju političnega oglasa. Kadar izdajatelji političnega oglaševanja ugotovijo, da politično oglaševanje ne izpolnjuje zahtev glede preglednosti iz te uredbe, na primer po posamičnem obvestilu, bi si morali razumno prizadevati za izpolnitev zahtev iz te uredbe. Kadar informacij ni mogoče [...] dopolniti ali popraviti brez nepotrebnega odlašanja, izdajatelji političnih oglasov ne bi smeli dati na voljo ali bi morali prenehati objavljati ali razširjati v javnosti politične oglase, ki ne izpolnjujejo zahtev glede preglednosti iz te uredbe. V takem primeru bi morali izdajatelji političnega oglaševanja zadevne ponudnike storitev političnega oglaševanja in po potrebi sponzorja obvestiti o razumnih ukrepih, sprejetih za izpolnitev zahtev iz te uredbe. Izdajatelja političnega oglaševanja bi bilo treba spodbujati, da ponudnika storitev političnega oglaševanja obvesti o možnostih pravnih sredstev.
- (42a) Ko sponzor ali ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo, da so informacije, ki so bile posredovane izdajatelju političnega oglaševanja ali jih je ta objavil, nepopolne ali netočne, bi morali brez nepotrebnega odlašanja stopiti v stik z zadevnim izdajateljem političnega oglaševanja in mu posredovati dopolnjene ali popravljene informacije.
- (42b) Pogodbeni sporazumi lahko vključujejo klavzulo, ki omogoča zaračunavanje razumne pristojbine za ukrepe, sprejete za popravek ali dopolnitev informacij.
- (42[...].c) Ponudniki storitev političnega oglaševanja bi morali pri izpolnjevanju teh obveznosti ravnati nepristransko in ob ustreznem upoštevanju temeljnih pravic ter drugih pravic in legitimnih interesov. Zlasti bi morali ustrezno upoštevati svobodo izražanja in dostopa do informacij, vključno s svobodo in pluralnostjo medijev.

(42[...].d) Poleg tega bi morali izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 202[...].2/XXX [akt o digitalnih storitvah], dati na voljo informacije, ki jih vsebuje obvestilo o preglednosti, v realnem času, prek odložišč izdanih oglasov v skladu s členom 30 navedene uredbe [akt o digitalnih storitvah]. **Primerno je zagotoviti dodatno podrobnost zahtev glede preglednosti, določenih za repozitorije iz člena 30 Uredbe (EU) 2021/XX [akt o digitalnih storitvah]. To zadeva predvsem informacije o odstranjenem političnem oglasu in razlog za njegov umik. Poleg tega lahko zelo velike spletne platforme objavijo druge informacije v zvezi z vplivom oglasa, vključno z informacijami o številu klikov. Druge ponudnike storitev političnega oglaševanja bi bilo treba spodbujati, da vzpostavijo podobna odložišča političnih oglasov.** To bo olajšalo delo zainteresiranih akterjev, tudi raziskovalcev, ki imajo posebno vlogo pri podpiranju svobodnih in poštenih volitev ali referendumov ter poštenih volilnih kampanj, med drugim s tem, da preučujejo sponzorje političnih oglasov in analizirajo okolje političnega oglaševanja.

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

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

(45a) Izdajatelji političnega oglaševanja [...]bi si morali [...] razumno [...]prizadevati za [...] skrbno in objektivno obravnavo obvestil, prejetih na podlagi odstavka[...]te uredbe[...]. Če obvestilo vsebuje dovolj informacij, da lahko skrben izdajatelj političnega oglaševanja brez podrobnega pregleda ugotovi, da informacija manjka ali je netočna, bi se moralo za založnika političnega oglaševanja šteti, da se zaveda netočnosti ali nepopolnosti, zato bi moral brez nepotrebnega odlašanja stopiti v stik z ustreznimi ponudniki storitev in po potrebi s sponzorjem. Izdajatelj političnega oglaševanja [...] bi moral obvestiti avtorja obvestila [...] o nadaljnjih ukrepih v zvezi z obvestilom[...]. [...],[...]

(45b) Da se zagotovi učinkovitost zahtev glede preglednosti med volitvami ali referendumom, bi morali izdajatelji političnega oglaševanja v zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom v 48 urah obravnavati vsa prejeta obvestila o oglasih, povezanih s temi [...] volitvami ali referendumom, in sicer tako, da stopijo v stik s ponudniki zadevnih [...] storitev političnega oglaševanja in po potrebi s sponzorjem.

(45c) Vsak ukrep izdajatelja političnega oglaševanja bi moral biti strogo ciljno usmerjen, tako da bi bil namenjen popravljaniu, dopolnitvi ali odstranitvi določenih informacij, ki niso v skladu s to uredbo, ob ustreznem upoštevanju svobode izražanja in obveščanja ter drugih temeljnih pravic.

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

- (47) Osební podatki, pridobljeni neposredno od posameznikov ali posredno, kot v primeru izvedenih podatkov, pri čemer se posamezniki združujejo v skupine glede na njihove domnevne interese ali njihovo dejavnost na spletu, vedenjsko profiliranje in druge analitske tehnike se vse pogosteje uporabljajo za ciljanje političnih sporočil na skupine ali posamezne volivce ali posameznike in za ojačevanje učinka teh sporočil. Na podlagi obdelave osebnih podatkov, predvsem **posebnih kategorij osebnih** podatkov [...] v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta⁴ in Uredbo (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta⁵, se lahko različne skupine volivcev ali posameznikov segmentirajo in njihove značilnosti ali ranljivosti izkoriščajo, na primer z razširjanjem oglasov ob določenem času in na določenih krajih z namenom, da se izkoristijo okoliščine, zaradi katerih bi lahko bili dovzetnejši za določeno vrsto informacij oziroma sporočil. To ima specifične in škodljive posledice za temeljne pravice in svoboščine državljanov, kar zadeva obdelavo njihovih osebnih podatkov ter njihovo svobodo, da prejemajo objektivne informacije, si oblikujejo lastno mnenje, sprejemajo politične odločitve in uveljavljajo svojo volilno pravico. To negativno vpliva na demokratični proces. Določiti bi bilo treba dodatne omejitve in pogoje glede na Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2018/1725. V tej uredbi določeni pogoji glede uporabe tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov v okviru političnega oglaševanja, bi morali temeljiti na členu 16 PDEU.

⁴ Uredba (EU) 2016/679 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 27. aprila 2016 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov) (UL L 119, 4.5.2016, str. 1).

⁵ Uredba (EU) 2018/1725 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 23. oktobra 2018 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov v institucijah, organih, uradih in agencijah Unije in o prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Uredbe (ES) št. 45/2001 in Sklepa št. 1247/2002/ES (UL L 295, 21.11.2018, str. 39).

(48) [Tehnike ciljanja in ojačevanja v kontekstu političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, bi zato morale biti prepovedane. Uporaba takih tehnik bi morala biti dovoljena le upravljavcem ali tistemu, ki deluje v njegovem imenu, na podlagi izrecne privolitve posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki, ali ko jo med zakonitimi dejavnostmi z ustreznimi zaščitnimi ukrepi izvaja ustanova, združenje ali katero koli drugo neprofitno telo s političnim, filozofskim, verskim ali sindikalnim ciljem in pod pogojem, da se obdelava nanaša samo na člane ali nekdanje člane telesa ali na osebe, ki so v rednem stiku z njim v zvezi z njegovimi nameni, ter da se osebni podatki ne posredujejo zunaj tega telesa brez privolitve posameznikov, na katere se nanašajo osebni podatki. To bi morali spremljati posebni zaščitni ukrepi. Privolitev bi se morala razumeti v smislu Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725. Zato se za uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja za izdajanje, promoviranje ali razširjanje političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, ne bi smelo biti mogoče sklicevati na izjeme iz člena 9(2), točke (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) in (j) Uredbe (EU) 2016/679, oziroma člena 10(2), točke (b), (c), (e), (f), (g), (h), (i) in (j) Uredbe (EU) 2018/1725.]

- (49) Da bi se v kontekstu političnega oglaševanja zagotovila večja preglednost in odgovornost pri uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, bi morali upravljavci uvesti dodatne zaščitne ukrepe. **Ti dodatni zaščitni ukrepi bi morali dopolnjevati obstoječe zaščitne ukrepe, vključno s tistimi v zvezi z avtomatiziranim sprejemanjem odločitev v skladu s členom 24 Uredbe (EU) 2016/679 in členom 26 Uredbe (EU) 2018/1725.** Sprejeti in izvajati bi morali politiko, ki bi opisala uporabo takih tehnik za ciljanje na posameznike ali ojačevanje učinka, in hraniti evidenco svojih ustreznih dejavnosti. Pri izdajanju, promociji ali razširjanju političnega oglasa ob uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja bi upravljavci morali skupaj s političnimi oglasi zagotoviti relevantne informacije, ki bi zadevnemu posamezniku omogočale, da razume razloge za uporabljeno ciljanje in njegove glavne parametre ter da lahko ugotovi, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike, vključno s tem, ali je bilo ciljanje oglasa med izvajanjem dodatno optimizirano.
- (50) Izdajatelji političnega oglaševanja, ki uporabljajo tehnike ciljanja in ojačevanja, bi morali v svoje obvestilo o preglednosti vključiti informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel logiko uporabljene tehnike in njene glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike, ter **jasno navedbo – na primer povezavo na spletno mesto –, kje [...] lahko enostavno dostopa** do ustrezne politike upravljavcev.
- (50a)** V primeru, da upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj oglaševanja, bi moral upravljavec izdajatelju političnega oglaševanja posredovati notranjo politiko [...] **in zagotoviti, da se potrebne informacije sporočijo izdajatelju političnega oglaševanja. Informacije bi bilo treba posredovati pravočasno in natančno.**
- (50b)** Ponudniki oglaševalskih storitev bi [...] morali izdajatelju političnega oglaševanja predložiti informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz te uredbe. Predložitev takih informacij bi se lahko avtomatizirala in vključila v redne delovne postopke na podlagi standardov.

- (51) Da bi se posamezniki še bolj opolnomočili za uveljavljanje svojih pravic v zvezi z varstvom podatkov, bi morali izdajatelji političnega oglaševanja zadevnemu posamezniku, na katerega se nanašajo osebni podatki, predložiti dodatne informacije in učinkovita orodja ter ga tako podpreti pri uveljavljanju pravic, ki izhajajo iz pravnega okvira EU o varstvu podatkov, vključno s pravico do ugovora ali preklica privolitve v primeru, da se s političnim oglasom cilja nanj. Te informacije bi morale biti tudi lahko dostopne neposredno iz obvestila o preglednosti. Orodja, ki se dajo na razpolago posameznikom, da bi lažje uveljavljali pravice, bi morala biti učinkovita pri preprečevanju tega, da se s političnimi oglasi cilja nanje, ter pri preprečevanju ciljanja na podlagi posebnih meril in s strani enega ali več specifičnih upravljavcev.
- (52) Komisija bi morala spodbujati pripravo kodeksov ravnanja iz člena 40 Uredbe (EU) 2016/679, da bi se posamezniki, na katere se nanašajo osebni podatki, podprli pri uveljavljanju pravic v tem kontekstu.
- (53) Informacije, ki se morajo predložiti v skladu z vsemi zahtevami, ki se uporabljajo za uporabo tehnik ciljanja in ojačevanja v skladu s to uredbo, bi bilo treba pripraviti v obliki, ki je preprosto dostopna, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisane v preprostem jeziku.
- (54) Primerno je določiti pravila o predložitvi informacij o ciljanju drugim zainteresiranim subjektom. Ureditev, ki se uporablja, bi morala biti skladna z ureditvijo za predložitev informacij, povezanih z zahtevami glede preglednosti.
- (55) Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki imajo sedež v tretjih državah in storitve ponujajo v Uniji, bi morali imenovati pooblaščenega pravnega zastopnika v Uniji, da se zagotovi učinkovit nadzor te uredbe v zvezi z navedenimi ponudniki. Pravni zastopnik bi lahko bil predstavnik, imenovan na podlagi člena 27 Uredbe (EU) 2016/679, ali zastopnik, imenovan na podlagi člena 11 Uredbe (EU) 2022[...]/xxx [akt o digitalnih storitvah].

- (56) V interesu učinkovitega nadzora te uredbe je treba nadzornim organom podeliti pristojnost za spremljanje in izvrševanje ustreznih pravil. Glede na pravni sistem posamezne države članice ter v skladu z veljavnim pravom Unije, vključno z Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], se lahko v ta namen imenujejo različni nacionalni pravosodni ali upravni organi.
- (57) Kar zadeva nadzor spletnih posredniških storitev v skladu s to uredbo, bi države članice morale imenovati pristojne organe in zagotoviti, da je tak nadzor skladen z nalogami pristojnih organov, imenovanih v skladu s členom 38 Uredbe (EU) [akt o digitalnih storitvah]. Koordinatorji digitalnih storitev v skladu z Uredbo (EU) [akt o digitalnih storitvah] v vsaki državi članici bi vsekakor morali biti odgovorni za zagotavljanje usklajenosti na nacionalni ravni glede navedenih zadev in po potrebi v čezmejnih primerih sodelovati z drugimi koordinatorji digitalnih storitev v skladu z mehanizmi iz Uredbe (EU) [akt o digitalnih storitvah]. V okviru uporabe te uredbe bi moral biti ta mehanizem omejen na nacionalno sodelovanje med koordinatorji digitalnih storitev in ne bi smel vključevati razširitve na raven Unije, kakor je določeno v Uredbi (EU) [akt o digitalnih storitvah].
- (58) Za nadzor nad vidiki te uredbe, ki ne spadajo v pristojnost nadzornih organov v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 in Uredbo (EU) 2018/725, bi države članice morale imenovati pristojne organe. Da bi se podprle temeljne pravice in svoboščine, pravna država, demokratična načela in zaupanje javnosti v nadzor političnega oglaševanja, morajo biti taki organi strukturno neodvisni od zunanjega poseganja ali političnega pritiska ter imeti ustrezna pooblastila za učinkovito spremljanje in sprejemanje ukrepov, potrebnih za zagotavljanje skladnosti s to uredbo, predvsem obveznostmi iz člena 7. Države članice lahko imenujejo predvsem nacionalne regulatorne organe ali telesa v skladu s členom 30 Direktive 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta⁶.

⁶ Direktiva 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah) (UL L 95, 15.4.2010, str. 1).

- (59) Če že obstojijo pravila prava Unije glede zagotavljanja informacij pristojnim organom ter sodelovanja med temi organi in z njimi, kot je člen 9 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah] ali pravila iz Uredbe (EU) 2016/679, bi se navedena pravila morala smiselno uporabljati za ustrezne določbe iz te uredbe.
- (60) Organi, pristojni za nadzor te uredbe, bi morali med seboj sodelovati tako na nacionalni ravni kot na ravni EU ter pri tem čim bolj izkoristiti obstoječe strukture, vključno z nacionalnimi mrežami za sodelovanje, evropsko mrežo za volilno sodelovanje iz Priporočila C(2018) 5949 final in skupino evropskih regulatorjev za avdiovizualne medijske storitve, ustanovljeno z Direktivo 2010/13/EU. Tako sodelovanje bi moralo omogočiti hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog na podlagi te uredbe, vključno s skupnim ugotavljanjem kršitev, izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja ter povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.

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

- (63) Organi držav članic bi morali zagotoviti, da se kršitve obveznosti iz te uredbe kaznujejo z upravnimi globami ali denarnimi kaznimi. Pri teh globah in kaznih bi bilo treba upoštevati naravo, resnost, ponavljanje in trajanje kršitve glede na zadevni javni interes, obseg in vrsto izvedenih dejavnosti ter ekonomsko zmožnost kršitelja. V tem kontekstu bi se morala upoštevati ključna vloga obveznosti, določenih v členu 7, za uspešno doseganje ciljev te uredbe. Poleg tega bi bilo pri teh globah in kaznih treba upoštevati, ali zadevni ponudnik storitev sistematično oziroma pogosto ne izpolnjuje svojih obveznosti, ki izhajajo iz te uredbe, tudi z odlašanjem predložitve informacij zainteresiranim subjektom, ter če je ustrezno, ali je ponudnik storitev političnega oglaševanja dejaven v več državah članicah. Denarne kazni in upravne globe bi morale biti v vsakem posameznem primeru učinkovite, sorazmerne in odvračilne, pri tem pa ustrezno upoštevati zadostne in dostopne postopkovne zaščitne ukrepe ter predvsem zagotoviti, da politična razprava ostane odprta in dostopna.
- (64) Za izvajanje pooblastil, ki jih imajo nadzorni organi v skladu s to uredbo, bi morali veljati ustrezni postopkovni zaščitni ukrepi v skladu s pravom Unije in nacionalnim pravom, vključno z učinkovitim pravnim sredstvom in ustreznim pravnim postopkom.
- (65) Države članice bi morale dovolj zgodaj pred začetkom volilnega koledarja objaviti natančno trajanje svojih volilnih obdobj, določenih v skladu z njihovimi volilnimi tradicijami.

- (66) Za doseganje ciljev te uredbe bi bilo treba na Komisijo prenesti pooblastilo za sprejemanje aktov v skladu s členom 290 Pogodbe glede člena 7(7), da se natančneje določi oblika, v kateri bi bilo treba predložiti zahteve za predložitev informacij, v obvestilih o preglednosti v skladu z navedenim členom; glede člena 12(8) pa, da se natančneje določi oblika, v kateri bi bilo treba predložiti zahteve za predložitev informacij o ciljanju. Predvsem je pomembno, da se Komisija ustrezno posvetuje, tudi s strokovnjaki, ki jih imenuje vsaka država članica, in da se ta posvetovanja izvedejo v skladu z načeli, določenimi v Medinstitucionalnem sporazumu o boljši pripravi zakonodaje z dne 13. aprila 2016.
- Za zagotovitev enakopravnega sodelovanja pri pripravi delegiranih aktov Evropski parlament in Svet prejmeta vse dokumente sočasno s strokovnjaki iz držav članic, njihovi strokovnjaki pa se lahko sistematično udeležujejo sestankov strokovnih skupin Komisije, ki zadevajo pripravo delegiranih aktov.
- (67) Komisija bi morala predložiti javno poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament. Komisija bi morala pri pripravi navedenega poročila upoštevati tudi izvajanje te uredbe v kontekstu drugih volitev in referendumov, ki se odvijajo v Uniji. V poročilu bi bilo treba med drugim pregledati nadaljnjo ustreznost določb iz prilog k tej uredbi in preučiti potrebo po njihovi reviziji.
- (68) Dopolnjujoče obveznosti glede uporabe političnega oglaševanja s strani evropskih političnih strank so določene v Uredbi (EU) št. 1141/2014 o statutu in financiranju evropskih političnih strank in fundacij.

- (69) Ker ciljev te uredbe, namreč o prispevanju k pravilnemu delovanju notranjega trga za politično oglaševanje in z njim povezane storitve ter določitvi pravil o uporabi ciljanja v kontekstu izdajanja in razširjanja političnega oglaševanja, države članice ne morejo zadovoljivo doseči, temveč se lažje dosežejo na ravni Unije, lahko Unija sprejme to uredbo v skladu z načelom subsidiarnosti iz člena 5 Pogodbe o Evropski uniji. V skladu z načelom sorazmernosti iz navedenega člena ta uredba ne presega tistega, kar je potrebno za doseganje navedenih ciljev.
- (70) Ta uredba ne posega v pravila, določena predvsem v Direktivi 2000/31/ES, vključno s pravili o odgovornosti ponudnikov posredniških storitev iz členov 12 do 15 navedene direktive, kakor je bila spremenjena z Uredbo (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih trgih], Direktivi 2002/58/ES in Uredbi (EU) XXX [uredba o e-zasebnosti] ter Direktivi (EU) 2010/13, Direktivi 2000/31/ES, Direktivi 2002/58/ES, Direktivi 2005/29/ES, Direktivi 2011/83/EU, Direktivi 2006/114/ES, Direktivi 2006/123/ES in Uredbi (EU) 2019/1150.
- (71) V skladu s členom 42(1) Uredbe (EU) 2018/1725 je bilo opravljeno posvetovanje z Evropskim nadzornikom za varstvo podatkov, ki je mnenje podal XX. xx. 2022 –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

POGLAVJE I – SPLOŠNE DOLOČBE

Člen 1

Predmet urejanja in[...] cilji

1. Ta uredba določa:

- (a) harmonizirane obveznosti glede preglednosti za ponudnike političnega oglaševanja in povezanih storitev v zvezi s hrambo, razkrivanjem in objavljanjem informacij glede opravljanja takih storitev;
- (b) harmonizirana pravila o uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja v kontekstu izdajanja, razširjanja ali promocije političnega oglaševanja, pri katerih se [...] **obdelujejo** osebni podatki.

[...]

[...]2. Cilja te uredbe sta:

- (a) prispevati k pravilnemu delovanju notranjega trga storitev političnega oglaševanja in povezanih storitev;
- (b) zaščititi fizične osebe pri obdelavi osebnih podatkov.

[...]

Člen 1a

Področje uporabe

1. Ta uredba se uporablja za politično oglaševanje, pripravljeno, oddano v razširjanje, promovirano, izdano ali razširjano v Uniji ali usmerjeno na posameznike v eni ali več državah članicah, ne glede na sedež ponudnika storitev političnega oglaševanja [...] in ne glede na uporabljeno sredstvo.
2. Ta uredba ne vpliva niti na vsebino političnih oglasov niti na pravila Unije ali držav članic, ki urejajo prikazovanje političnih oglasov, volilna obdobja in vodenje političnih kampanj.

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

- (a) Direktivi 2000/31/ES;**
- (b) Direktivi 2002/58/ES in Uredbi (EU) XXX [uredba o e-zasebnosti];**
- (c) Direktivi 2005/29/ES;**
- (d) Direktivi 2006/114/ES;**
- (e) Direktivi 2006/123/ES;**
- (f) Direktivi (EU) 2010/13;**
- (g) Direktivi 2011/83/EU;**
- (h) Uredbi (EU) 2019/1150;**
- (i) [Uredbi (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah]].**

Člen 2

Opredelitev pojmov

Za namene te uredbe[...]:

1. „storitev“ pomeni vsako samostojno gospodarsko dejavnost, ki se praviloma opravlja za plačilo, kot je določeno v členu 57 PDEU;

2. „politično oglaševanje“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje ali razširjanje sporočila s kakršnimi koli sredstvi:
- (a) s strani političnega akterja, zanj ali v njegovem imenu, razen če je sporočilo povsem zasebne ali povsem komercialne narave, ali
 - (b) za katero je verjetno, da bo vplivalo na izid volitev ali referendum, zakonodajni ali regulativni postopek ali volilno vedenje, **in je tako zasnovano**.

Ne zajema političnih mnenj, izraženih v okviru uredniške odgovornosti ponudnika storitev [...] v katerem koli mediju, razen če je ponudnik storitev prejel plačilo za izraženo politično mnenje;

3. „politični oglas“ pomeni primer političnega oglaševanja, **ki se objavi ali razširja na kakršen koli način;**
4. „politični akter“ pomeni kar koli od naslednjega:
- (a) politično stranko v smislu člena 2(1) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014 ali subjekt, ki je [...] povezan s [...] tako politično stranko;
 - (b) politično zvezo v smislu člena 2(2) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;
 - (c) evropsko politično stranko v smislu člena 2(3) Uredbe (EU, Euratom) št. 1141/2014;
 - (d) kandidata za katero koli voljeno funkcijo na [...] **ravni Unije** ter nacionalni, regionalni in lokalni ravni ali za enega od vodilnih položajev v politični stranki **ali nosilca** tovrstne funkcije ali vodilnega položaja;

[...]

- (f) [...] člana **institucij Unije, z izjemo Sodišča Evropske unije, Evropske centralne banke in Računskega sodišča, ali** vlad **držav članic na** nacionalni, regionalni ali lokalni ravni;
- (g) organizacijo za politične kampanje, s pravno osebnostjo ali brez nje, ustanovljeno za [...] **vplivanje na izid** volitev ali referendumov;
- (h) katero koli fizično ali pravno osebo, ki zastopa katero koli osebo ali organizacijo iz točk (a) do (g) [...] **in** nastopa v njenem imenu, pri čemer spodbuja njene politične cilje;

5. „storitev političnega oglaševanja“ pomeni storitev, ki predstavlja politično oglaševanje, razen spletne posredniške storitve v smislu člena 2(f) Uredbe (EU) 202[...]**12**/XXX [akt o digitalnih storitvah], ki se opravi ne glede na oddajo v razširjanje, **promocijo**, izdajanje ali razširjanja določenega sporočila;

5a. „ponudnik storitev političnega oglaševanja“ pomeni fizično ali pravno osebo, ki zagotavlja storitve političnega oglaševanja, razen izključno pomožnih storitev;

6. „kampanja političnega oglaševanja“ pomeni pripravo, oddajo v razširjanje, promocijo, izdajanje ali razširjanje niza povezanih **političnih** oglasov v času veljavnosti pogodbe o političnem oglaševanju na podlagi skupne priprave, sponzorstva in financiranja;

7. „sponzor“ pomeni fizično ali pravno osebo, v imenu katere se politični oglas pripravi, odda v razširjanje, **promovira**, izda ali razširja;

8. „tehnike ciljanja[...]“ pomenijo tehnike, ki se uporabljajo za usmerjanje prilagojenega političnega oglasa samo na določeno osebo ali skupino[...];

8a. „tehnike ojačevanja“ pomenijo tehnike, ki se uporabljajo za povečanje razširjanja, dosega ali vidnosti političnega oglasa;

9. „volilno obdobje“ pomeni obdobje pred ali med volitvami ali referendumom oziroma neposredno po volitvah ali referendumu v državi članici, v katerem za dejavnosti kampanje veljajo posebna pravila **držav članic**;
10. „relevantno volilno telo“ pomeni telo posameznikov, upravičenih, da volijo na volitvah ali referendumu, ki potekajo oziroma poteka v državi članici, v kateri [...] **je politični oglas objavljen ali se razširja**; tako volilno telo lahko predstavlja celotno volilno telo države članice;
11. „izdajatelj političnega oglaševanja“ pomeni ponudnika storitev političnega oglaševanja [...], ki **ogläse objavlja ali razširja** [...] po katerem koli mediju daje v javnost;
12. „upravljavec“ pomeni upravljavca v skladu s členom **3**[...](**8**[...]) Uredbe (EU) 2016/679 ali, kadar je primerno, členom 4(8) Uredbe (EU) 2018/1725.

Za namene prvega odstavka, točka (2), sporočila iz uradnih virov, ki se nanašajo **izključno** na organizacijo volitev ali referendumov ter način udeležbe na njih oziroma spodbujajo udeležbo na volitvah ali referendumih, ne pomenijo političnega oglaševanja.

Člen 2a

Prepoznavanje političnega oglasa

Pri ugotavljanju, ali je sporočilo politični oglas v smislu točke člena 2, točka 2(b), se upoštevajo vse njegove značilnosti in zlasti naslednji relevantni elementi:

- (a) **ysebina sporočila;**
- (b) **sponzor sporočila;**
- (c) **jezik, ki se uporablja za prenos sporočila, sredstva, s katerimi se sporočilo promovira, objavi ali razširja, in ciljno občinstvo;**
- (d) **kontekst, v katerem se sporočilo prenaša, vključno z obdobjem razširjanja, kot so obdobja volitev ali referendumov ter zakonodajni ali regulativni postopek;**
- (e) **cilj sporočila.**

Člen 3

[...] Načelo notranjega trga

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

POGLAVJE II – ZAHTEVE GLEDE PREGLEDNOSTI ZA STORITVE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 4

Preglednost storitev političnega oglaševanja

- 1.** Storitve političnega oglaševanja se zagotovijo na pregleden način v skladu z obveznostmi, določenimi v [...] **poglavju 2** te uredbe.
- 2.** **Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da je v pogodbenih ureditvah, sklenjenih za opravljanje storitev političnega oglaševanja, določeno, kako se upoštevajo ustrezne določbe te uredbe.**

Člen 5

Opredeljevanje storitev političnega oglaševanja

1. Ponudniki oglaševalskih storitev od sponzorjev in ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahtevajo izjavo, ali storitev oglaševanja, za katero želijo, da jo ponudnik storitev izvede, predstavlja storitev političnega oglaševanja v smislu člena 2(5). Tako izjavo **v dobri veri** dajo sponzorji in ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev.
2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja zagotovijo, da se v pogodbenih ureditvah, sklenjenih za opravljanje storitev političnega oglaševanja [...], **od sponzorjev ali ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahteva, da zagotovijo ustrezne informacije, potrebne za skladnost s členom 6, odstavek 1. Te informacije posredujejo [...] v celoti in natančno ter brez nepotrebnega odlašanja.**

- 3. Če je izjava ali informacija očitno napačna, ponudniki oglaševalskih storitev od sponzorjev ali ponudnikov oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, zahtevajo, da jo popravijo. Sponzorji ali ponudniki oglaševalskih storitev, ki delujejo v imenu sponzorjev, tak popravek izvedejo v celoti in natančno ter brez nepotrebnega odlašanja.**

Člen 6

Vodenje evidenc [...]

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja hranijo informacije, ki jih zberejo pri opravljanju svojih storitev, o:
 - (a) političnem oglasu ali kampanji političnega oglaševanja, s katero so storitve povezane;
 - (b) specifičnih storitvah **ali storitvah**, ki so bile opravljene v zvezi s političnim oglaševanjem;
 - (c) zneskih, ki so jih zaračunali za opravljene storitve, in vrednostih drugih koristi, ki so jih prejeli kot delno ali popolno nadomestilo za opravljene storitve[...], **ter njihovih virih**;
 - (d) [...] identiteti sponzorja **političnega oglasa in po potrebi subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem**, [...] **njunih** kontaktnih podatkih **in, če gre za pravne osebe, sedežu, ter**
 - (e) **kadar je ustrezno, navedbi zadevnih volitev ali referendumov, s katerimi je politični oglas povezan.**
2. Informacije iz odstavka 1 so **pisne** [...] **ali** v elektronski obliki. Take informacije se hranijo pet let od datuma zadnje priprave, oddaje v razširjanje, **promocije**, izdaje oziroma razširjanja.

[...]

Člen 6a

Posredovanje informacij izdajatelju političnega oglaševanja

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

Če je izdajatelj političnega oglaševanja edini ponudnik storitev političnega oglaševanja, sponzor zadevne informacije sporoči izdajatelju političnega oglaševanja.
2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja te informacije posredujejo hkrati z zagotavljanjem zadevne storitve v skladu z najboljšo prakso in standardi posameznih panog, in sicer s standardiziranim avtomatiziranim postopkom, kadar je to tehnično izvedljivo.
3. Ko ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo, da so bile informacije, ki so jih posredovali, posodobljene, zagotovijo, da se te posodobljene informacije sporočijo zadevnemu izdajatelju političnega oglaševanja.

Zahteve glede preglednosti za vsak politični oglas

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

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

2. Obvestilo o preglednosti [...] vsebuje naslednje informacije:
- (a) [...] identiteto **in sedež** sponzorja **ter, kjer je ustrezno, subjekta, ki ima končni nadzor nad sponzorjem**, ter **njune** kontaktne podatke;
 - (b) obdobje, v katerem naj bi se politični oglas izdal in razširjal [...];

- (c) [...] informacije o skupnih porabljenih zneskih ali drugih koristih, prejetih od ponudnikov storitev političnega oglaševanja, tudi tistih, prejetih od izdajatelja, kot delno ali popolno nadomestilo za [...] storitve političnega oglaševanja [...] za zadevni oglas ter kampanjo političnega oglaševanja, kadar je ustrezno, in njihove vire;
- (d) kadar je ustrezno, navedbo volitev ali referendumov, s katerimi je oglas povezan;
- (e) kadar je ustrezno, povezave do spletnih odložišč za oglase iz odstavka 6;
- (f) informacije o tem, kako uporabiti mehanizme, določene v členu 9(1);

(fa) po potrebi informacije iz člena 12(4).

[...] Informacije, ki se vključijo v obvestilo o preglednosti, se predložijo tako, da se uporabijo posebna podatkovna polja iz Priloge I.

2a. Obvestilo o preglednosti se vključi v vsak politični oglas ali je enostavno dosegljivo od prve objave do konca njegovega [...] objavljanja. Redno se posodablja. Obvestila o preglednosti se pripravljajo v obliki, ki je preprosto dostopna, in kadar je to tehnično izvedljivo, strojno berljiva, poleg tega pa morajo biti jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da so napisana v preprostem jeziku.

3. Izdajatelji političnega oglaševanja si razumno prizadevajo zagotoviti, da so informacije iz odstavka [...] 2 popolne in **točne**. **Če izdajatelj političnega oglaševanja ugotovi, da so informacije iz odstavka [...] 2 nepopolne ali netočne, bi si moral razumno prizadevati, da med drugim po potrebi vzpostavi stik s sponzorjem ali zadevnimi ponudniki storitev, da dopolnijo ali popravijo informacije.** [...] Če pa [...] informacij ni mogoče dopolniti ali popraviti brez nepotrebnega odlašanja, izdajatelj [...] političnega oglasa **ne da na voljo ali ga preneha objavljati ali razširjati, o tem pa obvesti zadevnega ponudnika storitev in po potrebi sponzorja.**

Če sponzor ali ponudniki storitev političnega oglaševanja ugotovijo, da so informacije, ki so bile posredovane izdajatelju političnega oglaševanja ali jih je ta objavil, nepopolne ali netočne, brez nepotrebnega odlašanja vzpostavijo stik z zadevnim izdajateljem političnega oglaševanja in mu po potrebi posredujejo dopolnjene ali popravljene informacije.

[...]

5. Izdajatelji političnega oglaševanja hranijo svoja obvestila o preglednosti skupaj z morebitnimi spremembami pet let po [...] **zadnji objavi.**
6. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu člena 25 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah], zagotovijo, da se pri odložiščih, ki jih dajo na razpolago **v realnem času** v skladu s členom 30 navedene uredbe [akt o digitalnih storitvah], za vsak politični oglas v odložišču dajo na razpolago **tudi posodobljene** informacije iz odstavka 2.

7. Države članice, vključno s pristojnimi organi, in Komisija spodbujajo pripravljanje kodeksov ravnanja, katerih namen je prispevati k pravilni uporabi tega člena, pri tem pa upoštevajo posebne značilnosti ustreznih sodelujočih ponudnikov storitev ter posebne potrebe mikro, malih in srednjih podjetij v smislu člena 3 Direktive 2013/34/EU.
8. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 19 za spremembo Priloge I z dodajanjem[...] **ali** spreminjanjem [...] elementov s seznama informacij, ki jih je treba zagotoviti v skladu z odstavkom 2, kadar je glede na tehnološki razvoj, **relevantne znanstvene raziskave, razvoj nadzora s strani pristojnih organov in relevantne smernice, ki jih ti organi izdajo**, taka sprememba potrebna za razumevanje širšega konteksta političnega oglasa in njegovih ciljev.

Člen 8

Redno poročanje o storitvah političnega oglaševanja

1. Izdajatelj **političnega** oglaševanja [...] v svoja poslovna poročila v okviru letnih računovodskih izkazov v smislu člena 19 Direktive 2013/34/EU vključijo po posameznih kampanjah združene informacije o zneskih ali vrednosti drugih koristi, ki jih prejmejo kot delno ali popolno nadomestilo za te storitve, vključno z informacijami o uporabi tehnik ciljanja in ojačevanja.
2. Odstavek 1 se ne uporablja za podjetja iz člena 3, **odstavki 1 do** [...]3[...], Direktive 2013/34/EU.

Člen 9

Opozarjanje na potencialno nezakonite politične oglase

- 1.**[...] Kadar izdajatelj oglasov opravljajo storitve političnega oglaševanja, vzpostavijo mehanizme, s katerimi **fizičnim in pravnim osebam** omogočajo, da jim brezplačno prijavijo določen oglas, ki so ga izdali in ni v skladu s to uredbo.

- 2.**[...] Informacije o tem, kako prijaviti politične oglase, kakor je navedeno v odstavku 1, so uporabniku prijazne in lahko dostopne, med drugim iz obvestila o preglednosti. Izdajatelji političnega oglaševanja omogočijo predložitev [...] **prijave** iz odstavka 1 v elektronski obliki.
- 3.** **Izdajatelji političnega oglaševanja si razumno prizadevajo, da skrbno in objektivno ter brez nepotrebnega odlašanja obravnavajo obvestila, prejeta na podlagi odstavka 1, tako da vzpostavijo stik z ustreznim [...] ponudnikom storitev političnega oglaševanja in po potrebi s sponzorjem.**
- 4.**[...] Izdajatelj političnega oglaševanja **brez nepotrebnega odlašanja** obvesti **osebe, ki so predložile prijavo,** o nadaljnjih ukrepih v zvezi z obvestilom iz odstavka 1 **[...]**.
- 4a.** **V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom izdajatelji političnega oglaševanja, ki so zelo velike spletne platforme v smislu Uredbe (EU) 2022/XXX [akt o digitalnih storitvah], v 48 urah obravnavajo vsa prejeta obvestila o oglasih, povezanih s temi volitvami ali referendumom. [...]**
- 5.**[...] Na ponavljajoče se prijave iz odstavka 1 v zvezi istim oglasom ali oglaševalsko kampanjo se lahko odgovori skupaj, med drugim s sklicem na objavo na spletnem mestu zadevnega izdajatelja političnega oglaševanja.

Predložitev informacij pristojnim organom

1. Pristojni nacionalni organi so pooblaščen, da od [...] ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo, da jim predložijo[...] informacije, **ki jih morajo imeti na podlagi** [...] členov 6, 7 in 8. Predložene informacije [...] **so** popolne, točne in verodostojne ter posredovane v jasni, skladni, popolni in razumljivi obliki. Kadar je to tehnično izvedljivo, se informacije predložijo v strojno berljivi obliki.
- (1a)** Zahteva vsebuje naslednje elemente:
 - (a) obrazložitev cilja, zaradi katerega se informacije zahtevajo, ter zakaj je zahteva potrebna in sorazmerna, razen če je namen zahteve preprečevanje, **odkrivanje**, preiskovanje [...] in pregon kaznivih dejanj, in v obsegu, v katerem razlogi za zahtevo ne ogrožajo navedenega cilja;
 - (b) informacije o pravnih sredstvih, ki so na voljo zadevnemu ponudniku storitev in sponzorju storitve političnega oglaševanja.
2. Ponudniki storitev političnega oglaševanja v dveh delovnih dneh po prejemu zahteve v skladu z odstavkom 1 potrdijo prejem zahteve in pristojni organ obvestijo o ukrepih, ki so jih sprejeli za izpolnitev zahteve. Zadevni ponudnik storitev zahtevane informacije predloži v desetih delovnih dneh. **Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU, si razumno prizadevajo, da v petnajstih delovnih dneh zagotovijo zahtevane informacije. V zadnjem mesecu pred volitvami ali referendumom ponudniki storitev političnega oglaševanja zahtevane informacije zagotovijo v 48 urah. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki izpolnjujejo pogoje iz člena 3, odstavki 1 do 3, Direktive 2013/34/EU, si razumno prizadevajo, da brez nepotrebnega odlašanja zagotovijo zahtevane informacije.**

3. Ponudniki storitev političnega oglaševanja določijo kontaktno točko za stike s pristojnimi nacionalnimi organi. Ponudniki storitev političnega oglaševanja, ki [...] **izpolnjujejo pogoje na podlagi** člena 3, **odstavki 1 do 3**, Direktive 2013/34/EU, lahko za kontaktno točko imenujejo zunanjo fizično osebo.

Člen 11

Predložitev informacij drugim zainteresiranim subjektom

1. Ponudniki storitev političnega oglaševanja **zainteresiranim subjektom na njihovo zahtevo brezplačno** predložijo[...] informacije, **ki jih morajo imeti na podlagi** [...] členov 6 **in 7** [...]. Zainteresirani subjekti, ki zahtevajo predložitev informacij v skladu z odstavkom 1, so neodvisni od komercialnih interesov in spadajo v eno ali več naslednjih kategorij:
- (a) preverjeni raziskovalci v skladu s členom 31 Uredbe (EU) 2021/xxx [akt o digitalnih storitvah];
 - (b) člani organizacije civilne družbe, katere zakonsko določeni cilji so varstvo in spodbujanje javnega interesa, ki so pooblašcene v skladu z nacionalnim pravom ali pravom Unije;
 - (c) politični akterji [...]; [...]
 - (d) nacionalni ali mednarodni opazovalci volitev, ki so [...] **priznani** v državi članici[...]; **ali**
 - (e) **novinarji**.

[...]

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

POGLAVJE III – CILJANJE IN OJAČEVANJE POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Člen 12

Posebne zahteve, povezane s ciljanjem in ojačevanjem

1. [Tehnike ciljanja ali ojačevanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov iz člena 9(1) Uredbe (EU) 2016/679 in člena 10(1) Uredbe (EU) 2018/1725, so v kontekstu političnega oglaševanja prepovedane.
2. Prepoved iz **odstavka 1** [...] se ne uporablja v situacijah, navedenih v členu 9(2)(a) in (d) Uredbe (EU) 2016/679 in členu 10(2)(a) in (d) Uredbe (EU) 2018/1725.]
3. Pri uporabi tehnik ciljanja ali ojačevanja v kontekstu političnega oglaševanja, ki vključujejo obdelavo osebnih podatkov, upravljavci poleg zahtev iz Uredbe (EU) 2016/679 in Uredbe (EU) 2018/1725, kakor je ustrezno, izpolnjujejo tudi naslednje zahteve:
 - (a) sprejmejo, [...] izvajajo **in javno objavijo** notranjo politiko, ki jasno in v preprostem jeziku opisuje zlasti uporabo takih tehnik za ciljanje na posameznike ali ojačevanje vsebine, ter tako politiko ohranijo pet let;
 - (b) hranijo evidenco o uporabi ciljanja ali ojačevanja, ustreznih mehanizmih, uporabljenih tehnikah in parametrih ter virih uporabljenih osebnih podatkov;

- (c) skupaj **z navedbo, da gre za** politični oglas, zagotovijo dodatne informacije, ki jih zadevni posameznik potrebuje, da bi razumel razloge za uporabljenno tehniko in njene glavne parametre ter da bi lahko ugotovil, ali so bili uporabljeni podatki tretjih oseb in dodatne analitične tehnike. **Informacije, ki jih je treba vključiti, se predložijo tako, da se uporabijo posebna podatkovna polja iz Priloge II.** [...]

4. Vključijo se zlasti naslednje informacije o:

- (i) posebnih skupinah ciljnih prejemnikov, vključno s parametri, ki se uporabljajo za določitev prejemnikov, katerim se oglaševanje razširja;**
- (ii) kategorijah in virih osebnih podatkov, ki se uporabljajo za ciljanje in ojačevanje;**
- (iii) obdobju razširjanja;**
- (iv) povezavi do mesta, na katerem je mogoče enostavno dostopati do politike iz odstavka 3(a), ali jasni navedbi tega mesta.**

- 4a.** V primeru, da upravljavec ni hkrati tudi izdajatelj oglaševanja, bi morali upravljavci izdajatelju političnega oglaševanja posredovati notranjo politiko **in zagotoviti, da se informacije iz [...] odstavka 4 sporočijo** izdajatelju političnega oglaševanja, **da bi ta lahko izpolnil svoje obveznosti na podlagi te uredbe. Informacije se predložijo pravočasno in natančno ter v skladu z dobro prakso in standardi posameznih panog, ter kadar je to tehnično izvedljivo, po standardiziranem avtomatiziranem postopku.**
- 4b.** **Ponudniki oglaševalskih storitev po potrebi upravljavcem predložijo informacije, ki so potrebne za izpolnjevanje obveznosti iz odstavkov 3 in 4.**

5. Izdajatelji političnega oglaševanja, ki uporabljajo tehnike ciljanja ali ojačevanja, **v katere je vključena obdelava osebnih podatkov,** v oglas vključijo ali oglasu priložijo sklic na učinkovita sredstva za podporo posameznikom pri uveljavljanju njihovih pravic na podlagi Uredbe (EU) 2016/679 **ali, kot je ustrezno, Uredbe (EU) 2018/1725 ali** ta sklic vključijo v obvestilo o preglednosti, ki se zahteva v skladu s členom 7.
6. Informacije, ki se predložijo v skladu [...]z **odstavki 3 do 5,** se pripravijo v obliki, ki je preprosto dostopna, in kadar je to tehnično izvedljivo, strojno berljiva, jasno vidna in uporabniku prijazna, med drugim tako, da je napisana v preprostem jeziku.
- [...]
8. Na Komisijo se prenese pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov v skladu s členom 19 za spremembo Priloge II z **dodajanjem ali** spreminjanjem elementov na seznamu informacij, ki jih je treba zagotoviti v skladu z odstavkom **[...]3([...]c) in 4** tega člena, [...] ob upoštevanju tehnološkega razvoja[...], ustreznih znanstvenih raziskav in razvoja v nadzoru s strani pristojnih organov ter ustreznih smernic, ki jih izdajo pristojna telesa.

Člen 13

Predložitev informacij o ciljanju ali ojačevanju drugim zainteresiranim subjektom

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

POGLAVJE IV – NADZOR IN IZVRŠEVANJE

Člen 14

Pravni zastopnik

1. Ponudniki storitev, ki zagotavljajo storitve političnega oglaševanja v Uniji, vendar nimajo sedeža v Uniji, pisno določijo fizično ali pravno osebo za svojega pravnega zastopnika v eni od držav članic, v katerih ponujajo storitve.
2. Pravni zastopnik je odgovoren za zagotavljanje skladnosti z obveznostmi, ki jih ima zastopani ponudnik storitev v skladu s to uredbo, in je naslovnik vse komunikacije z zadevnim ponudnikom storitev, kakor jo določa ta uredba. Vsaka komunikacija z navedenim pravnim zastopnikom se šteje za komunikacijo z zastopanim ponudnikom storitev.

Pristojni organi in kontaktne točke

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

4. Pristojni organi iz odstavka 3 so pri opravljanju svojih nadzornih nalog v zvezi s to uredbo pooblašteni, da od ponudnikov storitev političnega oglaševanja zahtevajo dostop do podatkov, dokumentov ali kakršnih koli informacij, ki jih potrebujejo za opravljanje svojih nadzornih nalog.
5. Kadar pristojni organi iz odstavka 3 izvajajo svoja izvršilna pooblastila v zvezi s to uredbo, so pooblašteni, da:
- (a) izdajo opozorila, naslovljena na ponudnike storitev političnega oglaševanja, v zvezi z njihovim neizpolnjevanjem obveznosti iz te uredbe;
 - (b) objavijo izjavo, ki navaja identiteto pravnih in fizičnih oseb, ki so odgovorne za kršitev obveznosti iz te uredbe, ter naravo te kršitve;
 - (c) naložijo upravne globe in denarne kazni.
6. Države članice zagotovijo sodelovanje med pristojnimi organi, zlasti v okviru nacionalnih mrež za volitve, da omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog v skladu s to uredbo, vključno s skupnim ugotavljanjem kršitev, izmenjavo ugotovitev in strokovnega znanja ter povezovanjem pri uporabi in izvrševanju zadevnih pravil.
7. Vsaka država članica imenuje en pristojni organ kot kontaktno točko na ravni Unije za namene te uredbe.

8. Kadar ponudnik storitev političnega oglaševanja zagotavlja storitve v več kot eni državi članici ali ima glavni sedež ali zastopnika v eni državi članici, vendar izvaja svoje glavne dejavnosti v drugi državi članici, pristojni organ države članice glavnega sedeža ali drugega sedeža ali zastopnika in pristojni organi navedenih drugih držav članic po potrebi sodelujejo in si pomagajo. Če navedeno sodelovanje še ni urejeno s pravom Unije, velja vsaj naslednje:
- (a) pristojni organi, ki izvajajo nadzorne ali izvršilne ukrepe v državi članici, pristojne organe v drugih zadevnih državah članicah prek kontaktne točke iz odstavka 7 obvestijo tako o sprejetih nadzornih in izvršilnih ukrepih kot nadaljnjih ukrepih ter se z njimi posvetujejo;
 - (b) pristojni organ lahko prek kontaktne točke iz odstavka 7 na utemeljen, upravičen in sorazmeren način zaprosi drug pristojni organ, če je ta v primernejšem položaju, da sprejme nadzorne ali izvršilne ukrepe iz odstavkov 4 in 5; ter
 - (c) pristojni organ po prejemu utemeljene prošnje drugega pristojnega organa temu pristojnemu organu zagotovi pomoč, da se lahko nadzorni ali izvršilni ukrepi iz odstavkov 4 in 5 izvedejo na uspešen, učinkovit in dosleden način. Ustrezni pristojni organ, ki je tako zaprosen, prek kontaktnih točk iz odstavka 7 in v časovnem okviru, ki je sorazmeren z nujnostjo prošnje, zagotovi odgovor, v katerem sporoči zahtevane informacije, ali sporoči, da meni, da pogoji za zahtevo za pomoč v skladu s to uredbo niso izpolnjeni. Vse informacije, izmenjane v okviru pomoči, za katero se zaprosi in ki se zagotovi v skladu s tem členom, se uporabljajo samo v zvezi z zadevo prošnje za pomoč.
9. Kontaktne točke se redno srečujejo na ravni Unije v okviru evropske mreže za volilno sodelovanje, da omogočijo hitro in varno izmenjavo informacij o vprašanjih, povezanih z izvajanjem njihovih nadzornih in izvršilnih nalog v skladu s to uredbo.

Člen 16

Sankcije

1. Države članice v zvezi s členi 5 do 11, 13 in 14 določijo pravila o sankcijah, vključno z upravnimi globami in denarnimi kaznimi, ki se uporabijo za ponudnike storitev političnega oglaševanja v njihovi pristojnosti za kršitve te uredbe in ki so v vsakem posameznem primeru učinkovite, sorazmerne in odvračilne.
2. Države članice v dvanajstih mesecih od začetka veljavnosti te uredbe Komisijo uradno obvestijo o navedenih pravilih in jo nemudoma uradno obvestijo o vseh poznejših spremembah, ki vplivajo na ta pravila.
3. Pri odločanju o vrsti sankcij in njihovi ravni se za vsak posamezni primer med drugim ustrezno upošteva naslednje:
 - (a) narava, resnost in trajanje kršitve;
 - (b) ali je kršitev naklepna ali posledica malomarnosti;
 - (c) morebitni ukrepi za ublažitev škode;
 - (d) morebitne zadevne predhodne kršitve in vse druge oteževalne ali olajševalne okoliščine, ki veljajo za okoliščine primera; ter
 - (e) raven sodelovanja s pristojnim organom.
4. Kršitve člena 7 se štejejo za posebej hude, kadar zadevajo politično oglaševanje, ki se izda ali razširja v volilnem obdobju in je usmerjeno na državljane v državi članici, v kateri potekajo zadevne volitve.

5. Če ponudnik storitev namenoma ali iz malomarnosti krši določbe te uredbe za isto ali povezano politično oglaševanje, je skupni znesek upravne globe zadostno prilagodljiv, da se lahko upoštevajo vsi ustrezni dejavniki; dejstvo, da je bila Uredba kršena v več pogledih, se odraža v znesku skupne globe v skladu z načelom sorazmernosti.
6. Za kršitve obveznosti iz člena 12 lahko nadzorni organi iz člena 51 Uredbe (EU) 2016/679 v okviru svojih pristojnosti naložijo upravne globe v skladu s členom 83 Uredbe (EU) 2016/679 in do zneska iz člena 83(5) navedene uredbe.
7. Za kršitve obveznosti iz člena 12 lahko nadzorni organi iz člena 52 Uredbe (EU) 2018/1725 v okviru svojih pristojnosti naložijo upravne globe v skladu s členom 66 Uredbe (EU) 2018/1725 in do zneska iz člena 66(3) navedene uredbe.

Člen 17

Objava volilnih obdobj

Države članice objavijo datume nacionalnih volilnih obdobj na lahko dostopnem mestu in z ustreznim sklicem na to uredbo.

POGLAVJE V – KONČNE DOLOČBE

Člen 18

Ocena in pregled

Komisija predloži poročilo o oceni in pregledu te uredbe v dveh letih po vsakih volitvah v Evropski parlament, prvič pa najpozneje do 31. decembra 2026. V navedenem poročilu oceni potrebo po spremembi te uredbe. Poročilo se objavi.

Člen 19

Izvajanje pooblastila

1. Pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov je preneseno na Komisijo pod pogoji, določenimi v tem členu.
2. Pooblastilo za sprejemanje delegiranih aktov iz člena 7(8) in člena 12(8) se prenese na Komisijo za obdobje [dokler se ne oceni uporaba te uredbe, dve leti po naslednjih volitvah v Evropski parlament].
3. Prenos pooblastila iz člena 7(8) in člena 12(8) lahko kadar koli prekliče Evropski parlament ali Svet. S sklepom o preklicu preneha veljati prenos pooblastila iz navedenega sklepa. Sklep začne učinkovati dan po objavi v Uradnem listu Evropske unije ali na poznejši dan, ki je določen v navedenem sklepu. Sklep ne vpliva na veljavnost že veljavnih delegiranih aktov.

4. Komisija takoj po sprejetju delegiranega akta o njem sočasno uradno obvesti Evropski parlament in Svet.
5. Delegirani akt, sprejet na podlagi člena 7(8) ali člena 12(8), začne veljati le, če mu niti Evropski parlament niti Svet ne nasprotuje v roku dveh mesecev od uradnega obvestila Evropskemu parlamentu in Svetu o tem aktu ali če pred iztekom tega roka tako Evropski parlament kot Svet obvestita Komisijo, da mu ne bosta nasprotovala. Ta rok se na pobudo Evropskega parlamenta ali Sveta podaljša za dva meseca.

Člen 20

Začetek veljavnosti in uporaba

1. Ta uredba začne veljati dvajseti dan po objavi v Uradnem listu Evropske unije.
2. Uporablja se od 1. aprila 2023.
3. Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju,

Za Evropski parlament
predsednik/predsednica

Za Svet
predsednik/predsednica