



TEKSTY PRZYJĘTE

P9_TA(2023)0027

Przejrzystość i targetowanie reklamy politycznej

Poprawki przyjęte przez Parlament Europejski w dniu 2 lutego 2023 r. w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))¹

(Zwykła procedura ustawodawcza: pierwsze czytanie)

¹ Sprawa została odesłana do komisji właściwej w celu przeprowadzenia negocjacji międzyinstytucjonalnych na podstawie art. 59 ust. 4 akapit czwarty Regulaminu (A9-0009/2023).

Poprawka 1

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 1

Tekst proponowany przez Komisję

(1) Podaż i popyt na działalność w zakresie reklamy politycznej rosną i mają coraz bardziej transgraniczny charakter. Z działalnością tą związana jest duża i rosnąca liczba zróżnicowanych usług, takich jak doradztwo polityczne, agencje reklamowe, platformy „ad-tech”, firmy public relations, influencerzy oraz różne podmioty zajmujące się analizą danych i działalnością brokerską. Działalność w zakresie reklamy politycznej może przybierać różne formy, w tym płatnych treści, sponsorowanych wyników wyszukiwania, płatnych komunikatów targetowanych, promocji w rankingach, promocji czegoś lub kogoś zintegrowanej z treścią, takiej jak lokowanie produktu, influencerzy i inne formy poparcia. Powiązane działania mogą obejmować na przykład rozpowszechnianie reklamy politycznej na życzenie sponsora lub publikację treści za opłatą.

Poprawka 2

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 2

Tekst proponowany przez Komisję

(2) Reklama polityczna może być rozpowszechniana lub publikowana za pośrednictwem różnych środków i mediów w sposób transgraniczny. Może być **ona** rozpowszechniana lub publikowana za pośrednictwem tradycyjnych mediów offline, takich jak gazety, telewizja i radio, a także w coraz większym stopniu za pośrednictwem platform internetowych, stron internetowych, aplikacji mobilnych,

Poprawka

(1) Podaż i popyt na działalność w zakresie reklamy politycznej rosną i mają coraz bardziej transgraniczny charakter. Z działalnością tą związana jest duża i rosnąca liczba zróżnicowanych usług, takich jak doradztwo polityczne, agencje reklamowe, platformy „ad-tech”, firmy public relations, influencerzy oraz różne podmioty zajmujące się analizą danych i działalnością brokerską. Działalność w zakresie reklamy politycznej może przybierać różne formy, w tym płatnych treści, sponsorowanych wyników wyszukiwania, płatnych komunikatów targetowanych, promocji w rankingach, promocji czegoś lub kogoś zintegrowanej z treścią, takiej jak lokowanie produktu, influencerzy i inne formy poparcia. Powiązane działania mogą obejmować na przykład rozpowszechnianie reklamy politycznej na życzenie sponsora lub publikację treści za opłatą **lub wynagrodzeniem w innej formie, wyłącznie ze świadczeniami rzeczowymi.**

Poprawka

(2) Reklama polityczna może być rozpowszechniana lub publikowana za pośrednictwem różnych środków i mediów w sposób transgraniczny **zarówno online, jak i offline. Zyskuje ona coraz bardziej na popularności, ponieważ** może być rozpowszechniana lub publikowana za pośrednictwem tradycyjnych mediów offline, takich jak gazety, telewizja i radio, a także w coraz większym stopniu za

gier komputerowych i innych interfejsów cyfrowych. Te ostatnie nie tylko są szczególnie chętnie oferowane transgranicznie, lecz również stawiają nowe i trudne wyzwania w zakresie regulacji i egzekwowania prawa. Wykorzystanie internetowej reklamy politycznej jest coraz częstszym zjawiskiem, a niektóre linearne formy reklamy politycznej offline, takie jak radio i telewizja, są również oferowane online jako usługi na żądanie. Polityczne kampanie reklamowe są zazwyczaj organizowane w sposób przewidujący wykorzystanie różnych mediów i form.

pośrednictwem platform internetowych, stron internetowych, aplikacji mobilnych, gier komputerowych i innych interfejsów cyfrowych. Te ostatnie nie tylko są szczególnie chętnie oferowane transgranicznie, lecz również stawiają nowe i trudne wyzwania w zakresie regulacji i egzekwowania prawa. Wykorzystanie internetowej reklamy politycznej jest coraz częstszym zjawiskiem, a niektóre linearne formy reklamy politycznej offline, takie jak radio i telewizja, są również oferowane online jako usługi na żądanie. Polityczne kampanie reklamowe są zazwyczaj organizowane w sposób przewidujący wykorzystanie różnych mediów i form.

Poprawka 3

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 4

Tekst proponowany przez Komisję

(4) Potrzeba zapewnienia przejrzystości stanowi uzasadniony cel publiczny, zgodny z wartościami podzielanymi przez Unię i jej państwa członkowskie zgodnie z art. 2 Traktatu o Unii Europejskiej („TUE”). Obywatelom nie zawsze łatwo jest rozpoznać reklamy polityczne i korzystać z przysługujących im praw demokratycznych w sposób świadomy. Wysoki poziom przejrzystości jest niezbędny, między innymi by wspierać otwartą i uczciwą debatę polityczną oraz wolne i uczciwe wybory lub referenda, a także zwalczać dezinformację i bezprawną ingerencję, w tym także **z zagranicy. Reklama polityczna może być nośnikiem dezinformacji, w szczególności gdy nie ujawnia się jej politycznego charakteru i gdy jest targetowana.** Przejrzystość działalności w zakresie reklamy politycznej przyczynia się do umożliwienia wyborcom lepszego zrozumienia, kiedy mają do czynienia z reklamą polityczną, w czym imieniu jest

Poprawka

(4) Potrzeba zapewnienia przejrzystości stanowi uzasadniony cel publiczny, zgodny z wartościami podzielanymi przez Unię i jej państwa członkowskie zgodnie z art. 2 Traktatu o Unii Europejskiej („TUE”). Obywatelom nie zawsze łatwo jest rozpoznać reklamy polityczne i korzystać z przysługujących im praw demokratycznych w sposób świadomy. ***Ponadto należy zaradzić coraz bardziej wyrafinowanej i nasilonej ingerencji w nasze demokratyczne procesy wyborcze ze strony wrogich podmiotów zagranicznych, które rozpowszechniają dezinformację. Reklama polityczna może być nośnikiem dezinformacji, w szczególności gdy nie ujawnia się jej politycznego charakteru, gdy jej sponsorami są podmioty spoza Unii lub gdy jest targetowana lub amplifikowana.*** Wysoki poziom przejrzystości jest niezbędny, między innymi by wspierać otwartą i uczciwą debatę polityczną, ***kampanie polityczne*** oraz wolne i uczciwe

ona przedstawiana i **w jaki sposób** jest ona kierowana konkretnie do nich przez dostawcę usług reklamowych, tak aby wyborcy byli w stanie lepiej dokonywać świadomych wyborów.

wybory lub referenda, a także zwalczać dezinformację i bezprawną ingerencję, w tym także **ze strony państw trzecich**. Przejrzystość działalności w zakresie reklamy politycznej przyczynia się do umożliwienia wyborcom **i ogólnie osobom indywidualnym** lepszego zrozumienia, kiedy mają do czynienia z reklamą polityczną, w czym imieniu jest ona przedstawiana, **a także jak i dlaczego** jest ona kierowana konkretnie do nich przez dostawcę usług reklamowych, tak aby wyborcy byli w stanie lepiej dokonywać świadomych wyborów.

Poprawka 4

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 4 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(4a) Dostawcy usług reklamowych, którzy są dostawcami usług pośrednich w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), zaangażowani w prezentowanie reklamy politycznej na swoim interfejsie lub na interfejsie innego dostawcy usług, powinni być zachęceni do ustanowienia, stosowania i publikowania dostosowanych do potrzeb strategii politycznych i środków zapobiegających zamieszczaniu reklam politycznych wraz z dezinformacją, w tym poprzez udział w szerszych inicjatywach demonetyzacji dezinformacji, takich jak kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji.

Poprawka 5

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 5

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(5) W kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej często

(5) W kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej często

stosuje się techniki targetowania. Przez techniki targetowania lub amplifikacji należy rozumieć techniki stosowane w **celu skierowania dostosowanej** reklamy politycznej wyłącznie do określonej osoby lub grupy osób lub w celu **zwiększenia obiegu, zasięgu** lub **widoczności** reklamy politycznej. Ze względu na siłę oddziaływania i możliwość niewłaściwego wykorzystania danych osobowych w kontekście targetowania, w tym poprzez mikrotargetowanie i inne zaawansowane techniki, tego rodzaju techniki mogą stanowić szczególne zagrożenie dla uzasadnionych interesów publicznych, takich jak uczciwość, równość szans i przejrzystość procesu wyborczego oraz podstawowe **prawo** do bycia informowanym w sposób obiektywny, przejrzysty i pluralistyczny.

stosuje się techniki targetowania **i dostarczania reklamy**. Przez techniki targetowania lub amplifikacji należy rozumieć techniki stosowane w **celu dostosowania** reklamy politycznej wyłącznie do określonej osoby lub grupy osób lub w celu **wykluczenia tych osób w wyniku przetwarzania danych osobowych**. **Przez techniki dostarczania reklamy należy rozumieć zautomatyzowane techniki przetwarzania danych osobowych wykorzystywane do określenia konkretnej grupy odbiorców, konkretnej osoby lub grupy osób w obrębie potencjalnej grupy odbiorców, do celów rozpowszechniania reklam politycznych.** Wydawcy reklamy politycznej, w szczególności bardzo duże platformy internetowe w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), korzystają z takich technik do przekazywania docelowej grupie odbiorców reklam politycznych w oparciu o dane osobowe i treść reklam. **Dostarczanie reklam z wykorzystaniem takich technik wiąże się ze stosowaniem nieprzejrzystych algorytmów i może nie być zgodne z intencjami sponsorów i dostawców usług reklamowych działających w imieniu sponsorów, w wyniku czego niektórzy użytkownicy z mniejszym prawdopodobieństwem niż inni będą oglądać określone reklamy polityczne.** Ze względu na siłę oddziaływania i możliwość niewłaściwego wykorzystania danych osobowych w kontekście targetowania, w tym poprzez mikrotargetowanie i inne zaawansowane techniki, tego rodzaju techniki mogą stanowić szczególne zagrożenie dla uzasadnionych interesów publicznych, takich jak uczciwość, **wolność wypowiedzi**, równość szans i przejrzystość procesu wyborczego oraz podstawowe **prawa** do bycia informowanym w sposób obiektywny, przejrzysty i pluralistyczny, **do prywatności i ochrony danych osobowych oraz równości i niedyskryminacji.**

Poprawka 6

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 6

Tekst proponowany przez Komisję

(6) Działalność w zakresie reklamy politycznej jest obecnie regulowana w państwach członkowskich w sposób niejednorodny, co w wielu przypadkach wiąże się z tendencją do koncentrowania się na tradycyjnych formach medialnych. Istnieją szczególne ograniczenia, w tym dotyczące transgranicznego świadczenia usług reklamy politycznej. Niektóre państwa członkowskie zabraniają dostawcom usług z UE mającym siedzibę w innych państwach członkowskich świadczenia usług o charakterze politycznym lub w celach politycznych w okresach wyborczych. Jednocześnie **w niektórych państwach członkowskich** prawdopodobnie istnieją dysproporcje i luki w przepisach krajowych, co powoduje, że reklama polityczna jest czasami rozpowszechniana bez uwzględnienia odpowiednich przepisów krajowych, a tym samym może zagrażać realizacji celu regulacji przejrzystości w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej.

Poprawka 7

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 8

Tekst proponowany przez Komisję

(8) Sytuacja ta prowadzi do rozdrobnienia rynku wewnętrznego, zmniejsza pewność prawa dla dostawców usług reklamy politycznej przygotowujących, zamieszczających, publikujących lub rozpowszechniających

Poprawka

(6) Działalność w zakresie reklamy politycznej jest obecnie regulowana w państwach członkowskich w sposób niejednorodny, co w wielu przypadkach wiąże się z tendencją do koncentrowania się na tradycyjnych formach medialnych. Istnieją szczególne ograniczenia, w tym dotyczące transgranicznego świadczenia usług reklamy politycznej, **które bezpośrednio wpływają na możliwość prowadzenia transgranicznych i paneuropejskich kampanii politycznych.** Niektóre państwa członkowskie zabraniają dostawcom usług z UE mającym siedzibę w innych państwach członkowskich świadczenia usług o charakterze politycznym lub w celach politycznych w okresach wyborczych. Jednocześnie prawdopodobnie istnieją dysproporcje i luki w przepisach krajowych **niektórych państw członkowskich, a także w przepisach Unii**, co powoduje, że reklama polityczna jest czasami rozpowszechniana bez uwzględnienia odpowiednich przepisów krajowych, a tym samym może zagrażać realizacji celu regulacji przejrzystości w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej.

Poprawka

(8) Sytuacja ta prowadzi do rozdrobnienia rynku wewnętrznego, zmniejsza pewność prawa dla dostawców usług reklamy politycznej przygotowujących, zamieszczających, **promujących**, publikujących,

reklamy polityczne, stwarza bariery dla swobodnego przepływu usług powiązanych, zakłóca konkurencję na rynku wewnętrznym, w tym między dostawcami usług działającymi offline i online, a także wymaga złożonych wysiłków w dziedzinie przestrzegania przepisów i dodatkowych kosztów dla odpowiednich dostawców usług.

dostarczających lub rozpowszechniających reklamy polityczne, stwarza bariery dla swobodnego przepływu usług powiązanych, zakłóca konkurencję na rynku wewnętrznym, w tym między dostawcami usług działającymi offline i online **ze względu na dysproporcje między tymi różnymi rodzajami dostawców usług pod względem poziomu obowiązków i przestrzegania przepisów**, a także wymaga złożonych wysiłków w dziedzinie przestrzegania przepisów i dodatkowych kosztów dla odpowiednich dostawców usług.

Poprawka 8

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 9

Tekst proponowany przez Komisję

(9) W tym kontekście dostawcy usług reklamy politycznej mogą być zniechęceni do świadczenia swoich usług reklamy politycznej w sytuacjach transgranicznych. Dotyczy to w szczególności mikroprzedsiębiorstw i MŚP, które często nie dysponują środkami na pokrycie lub przekazanie wysokich kosztów przestrzegania przepisów związanych z przygotowaniem, zamieszczaniem, publikacją lub rozpowszechnianiem reklamy politycznej w więcej niż jednym państwie członkowskim. Ogranicza to dostępność usług i negatywnie wpływa na możliwość wprowadzania przez dostawców usług innowacji i oferowania kampanii obejmujących wiele mediów i krajów na rynku wewnętrznym.

Poprawka 9

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 10

Poprawka

(9) W tym kontekście dostawcy usług reklamy politycznej mogą być zniechęceni do świadczenia swoich usług reklamy politycznej w sytuacjach transgranicznych. Dotyczy to w szczególności mikroprzedsiębiorstw i MŚP, które często nie dysponują środkami na pokrycie lub przekazanie wysokich kosztów przestrzegania przepisów związanych z przygotowaniem, zamieszczaniem, **promowaniem**, publikacją lub rozpowszechnianiem reklamy politycznej w więcej niż jednym państwie członkowskim. Ogranicza to dostępność usług i negatywnie wpływa na możliwość wprowadzania przez dostawców usług innowacji i oferowania kampanii obejmujących wiele mediów i krajów na rynku wewnętrznym.

Tekst proponowany przez Komisję

(10) Należy zatem zapewnić spójny i wysoki poziom przejrzystości działalności w zakresie reklamy politycznej w całej Unii w przypadku świadczenia usług reklamy politycznej, przy jednoczesnym zapobieganiu rozbieżnościom utrudniającym swobodny przepływ usług powiązanych na rynku wewnętrznym, przez ustanowienie **jednolitych obowiązków** przejrzystości dla dostawców reklamy politycznej, gwarantujących jednolitą ochronę praw osób i nadzoru na całym rynku wewnętrznym na podstawie art. 114 TFUE.

Poprawka

(10) Należy zatem zapewnić spójny i wysoki poziom przejrzystości działalności w zakresie reklamy politycznej w całej Unii w przypadku świadczenia usług reklamy politycznej, przy jednoczesnym zapobieganiu rozbieżnościom utrudniającym swobodny przepływ usług powiązanych na rynku wewnętrznym, przez ustanowienie **zharmonizowanych przepisów dotyczących świadczenia usług reklamy politycznej, a także przejrzystości i należytej staranności dla sponsorów i** dostawców reklamy politycznej, gwarantujących jednolitą ochronę praw osób i nadzoru na całym rynku wewnętrznym na podstawie art. 114 TFUE.

Poprawka 10

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 11**

Tekst proponowany przez Komisję

(11) Państwa członkowskie nie powinny utrzymywać w swoim prawie krajowym ani wprowadzać do niego przepisów odbiegających od tych, które zostały ustanowione w niniejszym rozporządzeniu, w szczególności przepisów surowszych ani łagodniejszych, które zapewniłyby inny poziom przejrzystości w odniesieniu do działalności w zakresie reklamy politycznej. Pełna harmonizacja wymogów przejrzystości związanych z działalnością w zakresie reklamy politycznej zwiększa pewność prawa i zmniejsza zróżnicowanie obowiązków, które dostawcy usług muszą spełnić w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej.

Poprawka

(11) Państwa członkowskie nie powinny utrzymywać w swoim prawie krajowym ani wprowadzać do niego przepisów odbiegających od tych, które zostały ustanowione w niniejszym rozporządzeniu, w szczególności przepisów surowszych ani łagodniejszych, które zapewniłyby inny poziom przejrzystości w odniesieniu do działalności w zakresie reklamy politycznej. Pełna harmonizacja wymogów przejrzystości **i należytej staranności** związanych z działalnością w zakresie reklamy politycznej zwiększa pewność prawa i zmniejsza zróżnicowanie obowiązków, które dostawcy usług muszą spełnić w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej.

Poprawka 11

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 13

Tekst proponowany przez Komisję

(13) Niniejsze rozporządzenie nie powinno wpływać na treść **merytoryczną** reklamy politycznej ani na przepisy regulujące **eksponowanie** reklamy politycznej, w tym **zw. okresy ciszy przed wyborami lub referendum**.

Poprawka

(13) Niniejsze rozporządzenie nie powinno wpływać **ani** na treść reklamy politycznej, ani na przepisy **Unii lub państw członkowskich** regulujące **treść** reklamy politycznej, **prezentowanie** reklamy politycznej, **okresy wyborcze i prowadzenie kampanii politycznych**, w tym **zakazy reklam**. **Ponadto rozporządzenie to nie powinno naruszać w szczególności podstawowego prawa do wolności opinii i wolności wypowiedzi.**

Poprawka 12

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 13 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(13a) Przy stosowaniu i egzekwowaniu niniejszego rozporządzenia należy uwzględnić szczególne potrzeby mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw, zgodnie z zasadą proporcjonalności. Pojęcie mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw należy definiować w rozumieniu dyrektywy 2013/34/UE.

Poprawka 13

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 14

Tekst proponowany przez Komisję

(14) Rozporządzenie powinno przewidywać **zharmonizowany wymóg** przejrzystości **mający** zastosowanie do podmiotów gospodarczych świadczących usługi reklamy politycznej i usługi powiązane (tj. działania, które są zwykle

Poprawka

(14) Rozporządzenie powinno przewidywać **zharmonizowane wymogi** przejrzystości **i należytej staranności** **mające** zastosowanie do podmiotów gospodarczych świadczących usługi reklamy politycznej i usługi powiązane (tj.

świadczone za wynagrodzeniem); usługi te polegają w szczególności na przygotowywaniu, zamieszczaniu, promowaniu, publikacji i rozpowszechnianiu reklamy politycznej. Przepisy niniejszego rozporządzenia, które zapewniają wysoki poziom przejrzystości usług reklamy politycznej, opierają się na art. 114 TFUE. Niniejsze rozporządzenie powinno również odnosić się do kwestii stosowania technik targetowania i **amplifikacji** w kontekście publikacji, **rozpowszechniania** lub **promocji** reklamy politycznej, które wiążą się z przetwarzaniem danych osobowych. Przepisy niniejszego rozporządzenia, które odnoszą się do targetowania i **amplifikacji**, opierają się na art. 16 TFUE. Działalność w zakresie reklamy politycznej kierowana do osób fizycznych w państwie członkowskim powinna obejmować **również** reklamę w całości przygotowaną, zamieszczoną **lub** opublikowaną przez dostawców usług mających siedzibę poza Unią, ale rozpowszechnianą wśród osób fizycznych w Unii. Aby ustalić, czy reklama polityczna jest skierowana do osób fizycznych w państwie członkowskim, należy wziąć pod uwagę czynniki łączące ją z tym państwem członkowskim, w tym język, kontekst, cel reklamy i sposoby jej rozpowszechniania.

Poprawka 14

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 14 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

działania, które są zwykle świadczone za wynagrodzeniem); usługi te polegają w szczególności na przygotowywaniu, zamieszczaniu, promowaniu, publikacji, **dostarczaniu** i rozpowszechnianiu reklamy politycznej. Przepisy niniejszego rozporządzenia, które zapewniają wysoki poziom przejrzystości usług reklamy politycznej, opierają się na art. 114 TFUE. Niniejsze rozporządzenie powinno również odnosić się do kwestii stosowania technik targetowania i **dostarczania reklamy** w kontekście **promocji**, publikacji, **dostarczania** lub **rozpowszechniania** reklamy politycznej, które wiążą się z przetwarzaniem danych osobowych. Przepisy niniejszego rozporządzenia, które odnoszą się do targetowania i **dostarczania**, opierają się na art. 16 TFUE. Działalność w zakresie reklamy politycznej kierowana do osób fizycznych w państwie członkowskim powinna obejmować reklamę w całości przygotowaną, zamieszczoną, **wypromowaną**, opublikowaną, **dostarczaną lub rozpowszechnianą** przez dostawców usług mających siedzibę poza Unią, ale rozpowszechnianą wśród osób fizycznych w Unii. Aby ustalić, czy reklama polityczna jest skierowana do osób fizycznych w państwie członkowskim, należy wziąć pod uwagę czynniki łączące ją z tym państwem członkowskim, w tym język, kontekst, cel reklamy i sposoby jej rozpowszechniania.

Poprawka

(14a) Przy stosowaniu i egzekwowaniu niniejszego rozporządzenia należy uwzględnić specyfikę nośnika publikacji lub rozpowszechniania reklamy politycznej.

Poprawka 15

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 14 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(14b) Niniejsze rozporządzenie powinno przypominać o znaczeniu zasady niedyskryminacji w transgranicznym świadczeniu usług reklamy politycznej w Unii. Dostawcy usług reklamy politycznej nie powinni dyskryminować sponsorów mających legalną siedzibę w Unii, w tym w przypadku transgranicznych usług świadczonych na rzecz europejskich partii politycznych, ponieważ zaszkodziłoby to możliwości prowadzenia transgranicznych kampanii politycznych, które mają zasadnicze znaczenie dla wspierania europejskiej sfery publicznej. Odmowa świadczenia usług w państwie członkowskim, w którym dostawcy usług reklamy politycznej nie prowadzą działalności gospodarczej, nie stanowi jednak dyskryminacji, ponieważ tacy usługodawcy nie powinni być zmuszani do prowadzenia działalności gospodarczej w państwie członkowskim, w którym nie prowadzą działalności gospodarczej.

Poprawka 16

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 14 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(14c) Solidne dowody wskazują, że podmioty zagraniczne aktywnie ingerują w demokratyczne funkcjonowanie Unii i jej państw członkowskich, zwłaszcza w okresach wyborów i referendów. Biorąc pod uwagę, że obce ingerencje stanowią poważne naruszenie wartości i zasad, na których opiera się Unia, a zagraniczne ingerencje, manipulacja informacjami i dezinformacja stanowią nadużycie podstawowej wolności wypowiedzi i

wolności informacji, określonych w art. 11 Karty, i zagrażają tym wolnościom, a także podważają procesy demokratyczne w UE i jej państwach członkowskich, takie jak przeprowadzanie wolnych i uczciwych wyborów, konieczne jest podjęcie odpowiednich środków w celu zwalczania dezinformacji i zapobiegania takim ingerencjom za pośrednictwem reklam sponsorowanych przez podmioty spoza Unii. Aby pomóc w egzekwowaniu przepisów krajowych dotyczących zewnętrznej ingerencji w wybory, należy koniecznie zadbać o to, by reklama polityczna sponsorowana, przygotowywana, zamieszczana, promowana, publikowana, dostarczana lub rozpowszechniana w Unii lub skierowana do osób fizycznych w jednym lub kilku państwach członkowskich, niezależnie od miejsca siedziby dostawców usług, była dostępna wyłącznie dla sponsorów posiadających obywatelstwo Unii oraz dla dostawców usług działających w imieniu takich sponsorów, poza osobami fizycznymi lub prawnymi mającymi miejsce zamieszkania lub siedzibę w Unii. W celu ustalenia miejsca siedziby sponsora należy wziąć pod uwagę miejsce siedziby podmiotów, które ostatecznie kontrolują sponsora.

Poprawka 17

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 15

Tekst proponowany przez Komisję

(15) Obecnie nie istnieje definicja działalności w zakresie reklamy politycznej na szczeblu Unii. Wspólna definicja jest niezbędna do ustalenia zakresu stosowania zharmonizowanych obowiązków przejrzystości oraz przepisów dotyczących targetowania i **amplifikacji**. Definicja ta powinna obejmować wiele form, jakie może przybierać działalność w zakresie reklamy politycznej, oraz

Poprawka

(15) Obecnie nie istnieje definicja działalności w zakresie reklamy politycznej na szczeblu Unii. Wspólna definicja jest niezbędna do ustalenia zakresu stosowania zharmonizowanych obowiązków przejrzystości oraz przepisów dotyczących targetowania i **dostarczania reklamy**. Definicja ta powinna obejmować wiele form, jakie może przybierać działalność w zakresie reklamy politycznej,

wszelkie środki i sposoby publikacji lub rozpowszechniania na terytorium Unii, niezależnie od tego, czy źródło znajduje się na jej terytorium, czy w państwie trzecim.

Poprawka 18

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 16

Tekst proponowany przez Komisję

(16) Definicja działalności w zakresie reklamy politycznej powinna obejmować reklamę publikowaną lub rozpowszechnianą bezpośrednio lub pośrednio przez podmiot polityczny lub publikowaną lub rozpowszechnianą bezpośrednio lub pośrednio w imieniu lub na rzecz takiego podmiotu. Ponieważ reklam publikowanych przez podmiot polityczny, w jego imieniu lub na jego rzecz nie można oddzielić od jego działalności w roli podmiotu politycznego, można przyjąć, że mogą one wpływać na debatę polityczną, z wyjątkiem przekazów o charakterze czysto prywatnym lub czysto handlowym.

oraz wszelkie środki i sposoby publikacji lub rozpowszechniania na terytorium Unii, niezależnie od tego, czy źródło znajduje się na jej terytorium, czy w państwie trzecim.

Poprawka

(16) Definicja działalności w zakresie reklamy politycznej powinna obejmować reklamę ***przygotowaną, zamieszczoną, wypromowaną***, publikowaną, ***dostarczaną*** lub rozpowszechnianą bezpośrednio lub pośrednio przez podmiot polityczny lub ***przygotowaną, zamieszczoną, wypromowaną***, publikowaną, ***dostarczaną*** lub rozpowszechnianą ***w jakikolwiek sposób***, bezpośrednio lub pośrednio, w imieniu lub na rzecz takiego podmiotu. Ponieważ reklam publikowanych przez podmiot polityczny, w jego imieniu lub na jego rzecz nie można oddzielić od jego działalności w roli podmiotu politycznego, można przyjąć, że mogą one wpływać na debatę polityczną ***lub wyniki wyborów czy referendum***, z wyjątkiem przekazów o charakterze czysto prywatnym lub czysto handlowym. ***Aby ustalić, czy przekaz ma charakter czysto prywatny lub czysto handlowy, należy wziąć pod uwagę wszystkie istotne czynniki, takie jak treść przekazu, zastosowany język, kontekst, w jakim nastąpił przekaz, jego cel oraz środki, za pomocą których jest promowany, publikowany lub rozpowszechniany. Przekaz dotyczący sytuacji rodzinnej lub działalności gospodarczej podmiotu politycznego może mieć charakter czysto prywatny lub czysto komercyjny. Ponadto definicja reklamy politycznej powinna obejmować przygotowane, zamieszczone, wypromowane, opublikowane, dostarczane lub rozpowszechniane przekazy, które mogą mieć wpływ na***

wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny bądź sposób głosowania. Przekazów tych nie można uznać za czysto prywatne lub czysto handlowe. Przekazy te mogą pochodzić od dowolnej osoby fizycznej lub prawnej, w tym z oficjalnych źródeł, takich jak rządy, organy publiczne, instytucje lub organy. Jeżeli jednak przekazy od tych podmiotów są ściśle ograniczone do ogłoszenia wyborów lub referendum bądź warunków udziału w wyborach lub referendach, są one wyłączone z zakresu stosowania rozporządzenia.

Poprawka 19

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 17

Tekst proponowany przez Komisję

(17) **Publikowanie** lub rozpowszechnianie przez inne podmioty przekazu, który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny czy sposób głosowania, również powinno stanowić działalność w zakresie reklamy politycznej. W celu ustalenia, czy publikowanie lub rozpowszechnianie przekazu może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, procesu ustawodawczego lub regulacyjnego czy też na sposób głosowania, należy uwzględnić wszystkie istotne **czynniki**, takie jak treść przekazu, zastosowany język, kontekst, w jakim nastąpił przekaz, jego cel oraz środki, za pomocą których przekaz jest **publikowany lub rozpowszechniany. Przekazy dotyczące kwestii społecznych lub kontrowersyjnych mogą, w zależności od przypadku, wpływać na wynik wyborów lub referendum, proces legislacyjny lub regulacyjny lub zachowania wyborców.**

Poprawka

(17) **Promowanie, publikowanie, dostarczanie** lub rozpowszechnianie przez inne podmioty przekazu, który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny czy sposób głosowania **lub opinię publiczną w kwestiach społecznych lub kontrowersyjnych na szczeblu unijnym, krajowym, regionalnym, lokalnym lub na poziomie partii politycznej**, również powinno stanowić działalność w zakresie reklamy politycznej. **Proces ustawodawczy lub regulacyjny powinien obejmować podejmowanie decyzji mających wiążące skutki o zasięgu ogólnym na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym lub europejskim.** W celu ustalenia, czy publikowanie, **promowanie** lub rozpowszechnianie przekazu może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, procesu ustawodawczego lub regulacyjnego czy też na sposób głosowania, należy uwzględnić wszystkie **czynniki** istotne **w momencie promowania, publikowania, dostarczania lub rozpowszechniania przekazu**, takie jak

*tożsamość sponsora przekazu, forma i treść przekazu, zastosowany język **mówiony lub pisany**, kontekst, w jakim nastąpił przekaz, jego cel oraz środki, za pomocą których przekaz jest **promowany, publikowany, dostarczany** lub **rozpowszechniany**, grupa docelowa oraz cel przekazu.*

Poprawka 20

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 17 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

*(17a) **Komunikacja partii politycznej z jej obecnymi lub byłymi członkami stanowi nieodłączną część członkostwa w partii politycznej i nie powinna stanowić reklamy politycznej.***

Poprawka 21

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 17 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

*(17b) **Reklama handlowa i praktyki marketingowe mogą zasadnie wpływać na postrzeganie produktów i usług przez konsumentów lub na ich zachowania zakupowe, w tym przez różnicowanie marek w oparciu o działania przedsiębiorstw w dziedzinie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, wywieranie skutków społecznych lub wszelkie inne rodzaje zaangażowania ukierunkowanego na cel. Niniejsze rozporządzenie powinno mieć zastosowanie w przypadkach, w których reklama handlowa może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny bądź sposób głosowania.***

Poprawka 22

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 17 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(17c) Aby skutecznie wdrożyć wymogi niniejszego rozporządzenia, a w szczególności pomóc sponsorom reklam i dostawcom usług działającym w imieniu sponsorów zadeklarować reklamę jako reklamę polityczną oraz pomóc dostawcom usług reklamy politycznej w ułatwianiu składania takich oświadczeń i odpowiednim administrowaniu nimi, Komisja powinna opracować wspólne wytyczne.

Poprawka 23

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 18

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(18) Praktyczne informacje pochodzące z oficjalnych źródeł, **dotyczące organizacji i** warunków udziału w wyborach lub referendach, nie powinny stanowić działalności w zakresie reklamy politycznej.

(18) Praktyczne informacje pochodzące z oficjalnych źródeł, **ściśle ograniczone do ogłoszenia wyborów lub referendów bądź** warunków udziału w wyborach lub referendach, nie powinny stanowić działalności w zakresie reklamy politycznej.

Poprawka 24

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 19

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(19) **Poglądy polityczne wyrażane w programach linearnych przekazów audiowizualnych lub publikowane w mediach drukowanych bez bezpośredniej zapłaty lub równoważnego wynagrodzenia** nie powinny być objęte niniejszym rozporządzeniem.

(19) **Media przyczyniają się do sprawnego działania procesów demokratycznych i odgrywają zasadniczą rolę w zapewnianiu wolności wypowiedzi i prawa do informacji, zwłaszcza w okresie wyborów. Tworzą przestrzeń umożliwiającą prowadzenie debaty**

publicznej i pomagają kształtować opinię publiczną. Niniejsze rozporządzenie nie powinno naruszać wolności redakcyjnej mediów. Poglądy i opinie polityczne lub inne treści redakcyjne wyrażane lub rozpowszechniane w celach dziennikarskich lub za które odpowiedzialność redakcyjną ponosi dostawca usług medialnych, nie powinny być uznawane za reklamę polityczną i nie powinny być objęte niniejszym rozporządzeniem, jeżeli osoby trzecie nie przekazują płatności ani innego wynagrodzenia konkretnie za wyrażanie poglądów lub opinii. Poglądy i opinie polityczne, które są dodatkowo promowane, publikowane lub rozpowszechniane przez dostawcę usług, należy w każdym przypadku uznać za reklamę polityczną. Należy przestrzegać praktyk dziennikarskich ustanowionych w prawie krajowym lub przez rady ds. mediów i prasy zgodnie z prawem Unii, w tym Kartą praw podstawowych. Należy zakazać wszelkich form kryptoreklamy.

Poprawka 25

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 19 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(19a) Kompetencje medialne mają zasadnicze znaczenie, gdyż pozwalają osobom fizycznym skutecznie i bezpiecznie korzystać z mediów. Tak samo ważne jest, aby opinia publiczna miała dostęp do informacji o reklamie politycznej, który przewidziano w niniejszym rozporządzeniu. Dlatego w państwach członkowskich i na szczeblu Unii należy promować zdobywanie umiejętności korzystania z mediów przez wszystkie grupy społeczne i wiekowe.

Poprawka 26

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 21

Tekst proponowany przez Komisję

(21) Konieczne jest zdefiniowanie reklamy politycznej jako konkretnego działania w zakresie reklamy politycznej. Reklamy obejmują środki, za pomocą których komunikowany jest przekaz reklamowy, w tym w formie drukowanej, w środkach masowego przekazu lub za pośrednictwem usług platform internetowych.

Poprawka

(21) Konieczne jest zdefiniowanie reklamy politycznej jako konkretnego działania w zakresie reklamy politycznej. Reklamy obejmują środki, za pomocą których komunikowany jest przekaz reklamowy, w tym w formie drukowanej, w środkach masowego przekazu, **na portalach internetowych, na stronach internetowych wyświetlających wyniki wyszukiwania** lub za pośrednictwem usług platform internetowych.

Poprawka 27

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 24

Tekst proponowany przez Komisję

(24) Kampania reklamowa powinna oznaczać przygotowanie, publikację i rozpowszechnianie serii powiązanych ze sobą reklam w ramach wykonania umowy o **reklamę polityczną**, na podstawie wspólnego przygotowania, sponsorowania i finansowania. Powinno to obejmować przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację i rozpowszechnianie reklamy lub wersji reklamy w różnych mediach i w różnym czasie w ramach tego samego cyklu wyborczego.

Poprawka

(24) Kampania reklamowa powinna oznaczać przygotowanie, **zamieszczenie, promocję, publikację, dostarczanie** i rozpowszechnianie serii powiązanych ze sobą reklam w ramach wykonania umowy o **świadczenie usług reklamy politycznej**, na podstawie wspólnego przygotowania, sponsorowania i finansowania. Powinno to obejmować przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację, **dostarczanie** i rozpowszechnianie reklamy lub wersji reklamy w różnych mediach i w różnym czasie w ramach tego samego cyklu wyborczego **lub procesu legislacyjnego**.

Poprawka 28

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 25

Tekst proponowany przez Komisję

(25) Definicja działalności w zakresie reklamy politycznej nie powinna mieć

Poprawka

(25) Definicja działalności w zakresie reklamy politycznej nie powinna mieć

wpływu na krajowe definicje partii politycznej, celów politycznych lub okresów kampanii na szczeblu krajowym.

wpływu na krajowe definicje partii politycznej, celów politycznych lub okresów kampanii **politycznej** na szczeblu krajowym.

Poprawka 29

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 26

Tekst proponowany przez Komisję

(26) W celu objęcia definicją szerokiego zakresu odpowiednich dostawców usług związanych z usługami reklamy politycznej, przez dostawców usług reklamy politycznej należy rozumieć dostawców usług biorących udział w przygotowaniu, zamieszczaniu, promocji, publikacji i rozpowszechnianiu reklamy politycznej.

Poprawka

(26) W celu objęcia definicją szerokiego zakresu odpowiednich dostawców usług związanych z usługami reklamy politycznej, przez dostawców usług reklamy politycznej należy rozumieć dostawców usług biorących udział w przygotowaniu, ***np. w projektowaniu i planowaniu reklamy lub kampanii, lub zamieszczaniu, promocji, publikacji, dostarczaniu*** i rozpowszechnianiu reklamy politycznej. ***Na przykład dostawcy usług reklamy politycznej mogą inicjować usługi reklamy politycznej w imieniu sponsorów. Zapewnienie technik targetowania i dostarczania reklamy w kontekście reklamy politycznej należy rozumieć jako usługę reklamy politycznej.***

Poprawka 30

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 26 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(26a) Dostawców usług czysto pomocniczych w związku z reklamą polityczną, świadczonych dodatkowo i jedynie jako uzupełnienie przygotowania, zamieszczania, promocji, publikacji i rozpowszechniania reklamy politycznej, nie należy uznawać za dostawców usług reklamy politycznej w rozumieniu niniejszego rozporządzenia. Usługi pomocnicze to usługi, które zazwyczaj zależą od usługi reklamy politycznej i ją

uzupełniają. Usługi takie mogą obejmować transport, finansowanie i inwestycje, zakup, sprzedaż, catering, marketing, usługi informatyczne, sprzątanie i konserwację.

Poprawka 31

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 26 b (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(26b) Przez sponsora należy rozumieć osobę, w której imieniu reklama polityczna jest przygotowywana, zamieszczana, promowana, publikowana lub rozpowszechniana, np. indywidualnego kandydata w wyborach lub partię polityczną bądź organizację polityczną.

Poprawka 32

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 26 c (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(26c) Przez wydawców reklamy politycznej należy rozumieć dostawców usług reklamy politycznej, zazwyczaj na końcu łańcucha dostawców usług, promujących, publikujących, dostarczających i rozpowszechniających reklamę polityczną poprzez nadawanie, udostępnianie jej za pośrednictwem interfejsu lub przekazywanie jej opinii publicznej w inny sposób.

Poprawka 33

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 27**

Tekst proponowany przez Komisję

(27) Pojęcie **usług** reklamy politycznej nie powinno obejmować przekazów udostępnianych przez osoby fizyczne działające wyłącznie we własnym imieniu. Osób fizycznych nie należy uznawać za działające we własnym imieniu, jeśli publikują przekazy, których rozpowszechnianie lub publikacja **są opłacane przez inne podmioty**.

Poprawka

(27) Pojęcie reklamy politycznej nie powinno obejmować przekazów udostępnianych przez osoby fizyczne działające wyłącznie we własnym imieniu. Osób fizycznych nie należy uznawać za działające we własnym imieniu, jeśli publikują przekazy, których rozpowszechnianie lub publikacja **wiąże się z wynagrodzeniem lub świadczeniami rzeczowymi od osób trzecich**.

Poprawka 34

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 28**

Tekst proponowany przez Komisję

(28) Jeżeli **dana reklama zostanie zidentyfikowana jako związana z działalnością w zakresie reklamy politycznej**, należy to wyraźnie **zaznaczyć** innym dostawcom usług zaangażowanym w świadczenie usług reklamy politycznej. Ponadto, jeżeli dana reklama zostanie wskazana jako **stanowiąca reklamę polityczną**, jej dalsze rozpowszechnianie powinno nadal być zgodne z wymogami przejrzystości. Na przykład, gdy **treści sponsorowane są udostępniane** w sposób organiczny, **reklama** powinna być nadal oznaczona jako reklama polityczna.

Poprawka

(28) Jeżeli **sponsor oświadczy, że reklama ma charakter polityczny**, należy to wyraźnie **i bezzwłocznie wskazać** innym dostawcom usług zaangażowanym w świadczenie usług reklamy politycznej. Ponadto, jeżeli dana reklama zostanie wskazana jako **polityczna**, jej dalsze rozpowszechnianie powinno nadal być zgodne z wymogami przejrzystości **i należytej staranności**. Na przykład, gdy **reklama polityczna jest udostępniana** w sposób organiczny, powinna być nadal oznaczona jako reklama polityczna.

Poprawka 35

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 28 a (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(28a) **Aby zagwarantować skuteczność wymogów przejrzystości i należytej staranności, sponsorzy i dostawcy usług reklamowych działający w imieniu sponsorów powinni przekazywać w dobrej**

wierze istotne informacje w sposób terminowy, jasny, kompletny i dokładny, żeby umożliwić pozostałym dostawcom usług w łańcuchu przestrzeganie przepisów rozporządzenia. Jeżeli wydawca reklamy politycznej jest jedynym dostawcą usług reklamy politycznej, sponsor powinien przekazywać takie informacje temu wydawcy reklamy politycznej.

Poprawka 36

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 28 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(28b) W przypadku gdy dostawcy usług reklamy politycznej dowiedzą się, że oświadczenie o politycznym lub niepolitycznym charakterze reklamy lub przekazane informacje są ewidentnie błędne, nieścisłe lub niekompletne, dostawcy usług reklamy politycznej powinni zobowiązać sponsorów do korekty takiego ewidentnego błędu, nieścisłości lub niekompletności.

Poprawka 37

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 28 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(28c) Oświadczenie lub informacje należy uznać za ewidentnie błędne, bez dalszej weryfikacji czy ustalania stanu faktycznego, gdy wyraźnie świadczy o tym treść reklamy, sponsor lub kontekst, w jakim dana usługa jest świadczona.

Poprawka 38

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 28 d (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(28d) Racionalne starania powinny obejmować skrupulatne i obiektywne środki, takie jak skontaktowanie się ze sponsorem lub dostawcami usług w celu uzupełnienia lub skorygowania informacji. Należy wziąć pod uwagę charakter i wagę błędnych lub brakujących informacji względem wymogów ustanowionych w niniejszym rozporządzeniu. Racionalne starania powinny być również odzwierciedlone w ustaleniach umownych pomiędzy dostawcami usług i ze sponsorem, stosownie do przypadku. W celu ustalenia stanu faktycznego dostawca usług reklamy politycznej nie powinien mieć obowiązku podejmowania nadmiernych lub kosztownych działań ani skomplikowanych kontaktów ze sponsorem lub dostawcami usług reklamy politycznej.

Poprawka 39

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 29

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(29) Zasady dotyczące przejrzystości ustanowione w niniejszym rozporządzeniu powinny mieć zastosowanie wyłącznie do usług reklamy politycznej, tj. działalności w zakresie reklamy politycznej, która jest zazwyczaj realizowana za wynagrodzeniem, które może obejmować świadczenie rzeczowe. Wymogi **przejrzystości** nie powinny mieć zastosowania do treści zamieszczanych przez użytkownika internetowej usługi pośredniej, takiej jak platforma internetowa, i rozpowszechnianych przez tę internetową usługę pośrednią bez wynagrodzenia za zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie konkretnego przekazu, chyba że

(29) Zasady dotyczące przejrzystości, **należytej staranności i ochrony danych** ustanowione w niniejszym rozporządzeniu powinny mieć zastosowanie wyłącznie do usług reklamy politycznej, tj. działalności w zakresie reklamy politycznej, która jest zazwyczaj realizowana za wynagrodzeniem, które może obejmować świadczenie rzeczowe. Wymogi **te** nie powinny mieć zastosowania do treści zamieszczanych przez użytkownika internetowej usługi pośredniej, takiej jak platforma internetowa, i rozpowszechnianych przez tę internetową usługę pośrednią bez wynagrodzenia za zamieszczenie, publikację, **dostarczanie** lub rozpowszechnianie konkretnego

użytkownik otrzymał wynagrodzenie za reklamę polityczną od osoby trzeciej.

przekazu, chyba że użytkownik otrzymał wynagrodzenie **lub świadczenie rzeczowe** za reklamę polityczną od osoby trzeciej.

Poprawka 40

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 30

Tekst proponowany przez Komisję

(30) Wymogi przejrzystości nie powinny mieć również zastosowania do wymiany informacji za pośrednictwem usług **komunikacji elektronicznej**, takich jak elektroniczne usługi przekazywania wiadomości lub rozmowy telefoniczne, o ile nie są one związane z usługami reklamy politycznej.

Poprawka

(30) Wymogi przejrzystości nie powinny mieć również zastosowania do wymiany informacji za pośrednictwem usług **elektronicznej łączności interpersonalnej**, takich jak elektroniczne usługi przekazywania wiadomości lub rozmowy telefoniczne, o ile nie są one związane z usługami reklamy politycznej.

Poprawka 41

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 31

Tekst proponowany przez Komisję

(31) Wolność wypowiedzi, chroniona na mocy art. 11 Karty praw podstawowych, obejmuje prawo jednostki do posiadania poglądów politycznych, otrzymywania i przekazywania informacji politycznych oraz dzielenia się poglądami politycznymi. Każde jej ograniczenie musi być zgodne z art. 52 Karty praw podstawowych, a wolność ta może podlegać zmianom i ograniczeniom, jeżeli są one uzasadnione dążeniem do realizacji słusznego interesu publicznego i są zgodne z ogólnymi zasadami prawa Unii, takimi jak proporcjonalność i pewność prawa. Sytuacja tego rodzaju ma miejsce między innymi wówczas, gdy idee polityczne są przekazywane za pośrednictwem dostawców usług reklamowych.

Poprawka

(31) Wolność wypowiedzi, chroniona na mocy art. 11 Karty praw podstawowych, obejmuje prawo jednostki do posiadania poglądów politycznych, otrzymywania i przekazywania informacji politycznych oraz dzielenia się poglądami politycznymi. Każde jej ograniczenie musi być zgodne z art. 52 Karty praw podstawowych, a wolność ta może podlegać zmianom i ograniczeniom, jeżeli są one **konieczne i** uzasadnione dążeniem do realizacji słusznego interesu publicznego i są zgodne z ogólnymi zasadami prawa Unii, takimi jak proporcjonalność i pewność prawa. Sytuacja tego rodzaju ma miejsce między innymi wówczas, gdy idee polityczne są przekazywane za pośrednictwem dostawców usług reklamowych. **Wolność wypowiedzi jest jednym z fundamentów ożywionej debaty demokratycznej.**

Poprawka 42

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 31 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(31a) Biorąc pod uwagę znaczenie reklamy politycznej, istotne jest, aby niniejsze rozporządzenie zapewniało ramy regulacyjne gwarantujące wszystkim odbiorcom, w tym osobom z niepełnosprawnościami, pełny, równy i nieograniczony dostęp do usług reklamy politycznej oraz wymaganych w jej kontekście informacji dotyczących przejrzystości. Dlatego ważne jest, aby wymogi dotyczące dostępności odnoszące się do dostawców usług reklamy politycznej były zgodne z obowiązującymi przepisami Unii, takimi jak europejski akt prawny w sprawie dostępności i dyrektywa w sprawie dostępności stron internetowych, oraz aby prawo Unii było dalej rozwijane, tak aby nikt nie został pozostawiony samemu sobie w wyniku innowacji cyfrowych.

Poprawka 43

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 32

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(32) Co się tyczy pośredników internetowych, rozporządzenie (UE) **2021/XX** [akt o usługach cyfrowych] ma zastosowanie do reklam politycznych publikowanych lub rozpowszechnianych przez pośredników internetowych na podstawie zasad horyzontalnych mających zastosowanie do wszystkich rodzajów reklamy internetowej, w tym reklam komercyjnych i politycznych. W oparciu o definicję działalności w zakresie reklamy politycznej ustanowioną w niniejszym

(32) Co się tyczy pośredników internetowych, rozporządzenie (UE) **2022/2065** (akt o usługach cyfrowych) ma zastosowanie do reklam politycznych publikowanych lub rozpowszechnianych przez pośredników internetowych na podstawie zasad horyzontalnych mających zastosowanie do wszystkich rodzajów reklamy internetowej, w tym reklam komercyjnych i politycznych. W oparciu o definicję działalności w zakresie reklamy politycznej ustanowioną w niniejszym

rozporządzeniu należy zapewnić dodatkowy stopień szczegółowości wymogów przejrzystości określonych dla wydawców reklam objętych zakresem stosowania rozporządzenia (UE) **2021/XX** [akt o usługach cyfrowych], w szczególności bardzo dużych platform. Dotyczy to w szczególności informacji związanych z finansowaniem reklam politycznych. Wymogi niniejszego rozporządzenia pozostają bez wpływu na przepisy aktu o usługach cyfrowych, **w tym te dotyczące** obowiązków bardzo dużych platform internetowych w zakresie oceny i łagodzenia ryzyka w odniesieniu do ich systemów reklamowych.

rozporządzeniu należy zapewnić dodatkowy stopień szczegółowości wymogów przejrzystości określonych dla wydawców reklam objętych zakresem stosowania rozporządzenia (UE) **2022/2065** (akt o usługach cyfrowych), w szczególności bardzo dużych platform **internetowych**. Dotyczy to w szczególności informacji związanych z finansowaniem reklam politycznych. Wymogi niniejszego rozporządzenia pozostają bez wpływu na przepisy aktu o usługach cyfrowych, **ale powinny leżeć u podłoża** obowiązków bardzo dużych platform internetowych w zakresie oceny i łagodzenia ryzyka w odniesieniu do ich systemów reklamowych, **w tym stosowanych w usługach reklamy politycznej technik targetowania i dostarczania reklamy. Aby pomóc państwom członkowskim i dostawcom usług, Komisja powinna przedstawić wytyczne dotyczące wzajemnego oddziaływania i uzupełniającego charakteru różnych unijnych aktów prawnych i niniejszego rozporządzenia oraz interpretacji zawartych w nich podobnych wymogów.**

Poprawka 44

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 33

Tekst proponowany przez Komisję

(33) Przygotowanie, zamieszczenie, promocja, publikacja i rozpowszechnianie reklamy politycznej może obejmować złożony łańcuch dostawców usług. Dotyczy to w szczególności sytuacji, w której wybór treści reklamowych, wybór kryteriów targetowania, **dostarczanie** danych wykorzystywanych do celów targetowania reklamy, dostarczanie technik targetowania, dostarczanie reklamy i jej rozpowszechnianie mogą być kontrolowane przez różnych dostawców usług. **Na przykład usługi**

Poprawka

(33) Przygotowanie, zamieszczenie, promocja, publikacja, **dostarczanie** i rozpowszechnianie reklamy politycznej może obejmować złożony łańcuch dostawców usług. Dotyczy to w szczególności sytuacji, w której wybór treści reklamowych, wybór kryteriów targetowania **i dostarczania reklamy, przekazywanie** danych wykorzystywanych do celów targetowania **i dostarczania** reklamy, dostarczanie technik targetowania **i dostarczania reklamy**, dostarczanie reklamy i jej rozpowszechnianie mogą być

zautomatyzowane mogą wspomagać dopasowywanie profilu użytkownika interfejsu do dostarczanych treści reklamowych, wykorzystując dane osobowe zebrane bezpośrednio od użytkownika usługi i na podstawie zachowania użytkownika w sieci, a także dane wywnioskowane.

kontrolowane przez różnych dostawców usług.

Poprawka 45

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 34

Tekst proponowany przez Komisję

(34) Z uwagi na znaczenie, jakie ma w szczególności zagwarantowanie skuteczności wymogów przejrzystości, w tym ułatwienie nadzoru nad ich przestrzeganiem, dostawcy usług reklamy politycznej powinni zapewnić, aby odpowiednie informacje, które gromadzą w ramach świadczenia swoich usług, w tym wskazanie, że reklama ma charakter polityczny, były przekazywane wydawcy reklamy politycznej, który ją **upublicznia**. W celu wspierania skutecznego wdrożenia tego wymogu oraz terminowego i dokładnego przekazywania tych informacji dostawcy usług reklamy politycznej powinni rozważyć i wspierać automatyzację przekazywania informacji między dostawcami usług reklamy politycznej.

Poprawka

(34) Z uwagi na znaczenie, jakie ma w szczególności zagwarantowanie skuteczności wymogów przejrzystości **i należytej staranności**, w tym ułatwienie nadzoru nad ich przestrzeganiem, **sponsorzy oraz, w stosownych przypadkach**, dostawcy usług reklamy politycznej **działający w imieniu sponsorów powinni zapewnić dokładność informacji, które przekazują. Dostawcy usług reklamy politycznej** powinni zapewnić, aby odpowiednie informacje, które gromadzą w ramach świadczenia swoich usług, w tym wskazanie, że reklama ma charakter polityczny, były **kompletne i były** przekazywane wydawcy reklamy politycznej, który ją **rozpowszechnia**. W celu wspierania skutecznego wdrożenia tego wymogu oraz terminowego i dokładnego przekazywania tych informacji dostawcy usług reklamy politycznej powinni **je przekazywać równocześnie ze świadczeniem odnośnej usługi oraz powinni** rozważyć i wspierać automatyzację przekazywania informacji między dostawcami usług **reklamy politycznej poprzez dostosowanie ich interfejsów internetowych, aby ułatwić zachowanie zgodności. W przypadku gdy dostawcy usług reklamy politycznej dowiedzą się, że przekazane przez nich informacje zostały zaktualizowane, powinni dopilnować, aby te**

zaktualizowane informacje zostały przekazane odnośnemu wydawcy reklamy politycznej.

Poprawka 46

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 36

Tekst proponowany przez Komisję

(36) Przedsięwzięte kroki mogłyby również obejmować zapewnienie skutecznego mechanizmu pozwalającego osobom fizycznym na wskazanie, że reklama **polityczna** ma charakter polityczny, oraz podejmowanie skutecznych działań w odpowiedzi na tego rodzaju wskazania.

Poprawka

(36) Przedsięwzięte kroki mogłyby również obejmować zapewnienie **przez wydawców reklamy** skutecznego mechanizmu pozwalającego osobom fizycznym na wskazanie, że reklama ma charakter polityczny, oraz podejmowanie skutecznych działań w odpowiedzi na tego rodzaju wskazania.

Poprawka 47

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 37

Tekst proponowany przez Komisję

(37) Mimo że niniejsze rozporządzenie przewiduje szczególne wymogi, żadnego z obowiązków określonych w niniejszym rozporządzeniu nie należy rozumieć jako nakładającego na dostawców usług pośrednich ogólny obowiązek monitorowania treści politycznych udostępnianych przez osoby fizyczne lub prawne, ani jako nakładającego na dostawców usług będących pośrednikami ogólny obowiązek stosowania proaktywnych środków w odniesieniu do treści niezgodnych z prawem lub treści związanych z działaniami niezgodnymi z prawem, które ci dostawcy przekazują lub przechowują.

Poprawka

(37) Mimo że niniejsze rozporządzenie przewiduje szczególne wymogi, żadnego z obowiązków określonych w niniejszym rozporządzeniu nie należy rozumieć jako nakładającego na dostawców usług pośrednich ogólny obowiązek monitorowania treści politycznych udostępnianych **w sposób organiczny** przez osoby fizyczne lub prawne, ani jako nakładającego na dostawców usług będących pośrednikami ogólny obowiązek stosowania proaktywnych środków w odniesieniu do treści niezgodnych z prawem lub treści związanych z działaniami niezgodnymi z prawem, które ci dostawcy przekazują lub przechowują.

Poprawka 48

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 38

Tekst proponowany przez Komisję

(38) Przejrzystość działalności w zakresie reklamy politycznej powinna umożliwiać **obywatelom** zrozumienie, że mają do czynienia z reklamą polityczną. **W związku z każdą reklamą polityczną** wydawcy reklamy politycznej powinni zapewnić publikację jasnego oświadczenia, że jest to reklama polityczna, wskazując jednocześnie tożsamość jej sponsora. W stosownych przypadkach nazwa sponsora mogłaby obejmować logo polityczne. Wydawcy reklamy politycznej powinni stosować oznakowanie, które jest skuteczne, biorąc pod uwagę najnowsze postępy w zakresie odpowiednich badań naukowych i najlepsze praktyki w dziedzinie zapewniania przejrzystości poprzez oznakowanie reklamy. **Ponadto w związku z każdą reklamą polityczną powinni oni zapewnić publikację informacji umożliwiających zrozumienie szerszego kontekstu reklamy politycznej i jej celów, które mogą być zawarte w samej reklamie lub udostępnione przez wydawcę na jego stronie internetowej, dostępnej za pośrednictwem hiperłącza lub równoważnego jasnego i przyjaznego dla użytkownika odnośnika zawartego w reklamie.**

Poprawka 49

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 39

Tekst proponowany przez Komisję

(39) Tego rodzaju informacje powinny być podane w ogłoszeniu o przejrzystości, które powinno również zawierać określenie tożsamości sponsora, aby wspierać rozliczalność w procesie politycznym. Należy wyraźnie wskazać miejsce siedziby sponsora oraz to, czy jest osobą fizyczną

Poprawka

(38) Przejrzystość działalności w zakresie reklamy politycznej powinna umożliwiać **osobom fizycznym** zrozumienie, że mają do czynienia z reklamą polityczną. **W każdej reklamie politycznej** wydawcy reklamy politycznej powinni zapewnić publikację jasnego oświadczenia, że jest to reklama polityczna, wskazując jednocześnie tożsamość jej sponsora **i kampanię polityczną, której reklama jest częścią.** W stosownych przypadkach nazwa sponsora mogłaby obejmować logo polityczne. Wydawcy reklamy politycznej powinni **dopilnować, aby reklamy o charakterze politycznym były właściwie oznakowane jako takie, oraz powinni** stosować oznakowanie, które jest skuteczne, biorąc pod uwagę najnowsze postępy w zakresie odpowiednich badań naukowych i najlepsze praktyki w dziedzinie zapewniania przejrzystości poprzez oznakowanie reklamy. **W świetle postępu technologicznego oraz rozwoju innych istotnych badań naukowych i praktyk rynkowych Komisja powinna przyjąć akt delegowany ustanawiający zharmonizowane i skuteczne techniki oznakowania reklamy politycznej.**

Poprawka

(39) Tego rodzaju informacje powinny być podane w ogłoszeniu o przejrzystości, które powinno również zawierać określenie tożsamości sponsora **i, w stosownych przypadkach, podmiotu, który ostatecznie kontroluje sponsora,** aby wspierać rozliczalność w procesie politycznym.

czy prawną. W ogłoszeniu o przejrzystości nie należy podawać danych osobowych osób fizycznych zaangażowanych w działalność w zakresie reklamy politycznej, niepowiązanych ze sponsorem ani innym zaangażowanym podmiotem politycznym. Ogłoszenie o przejrzystości powinno również zawierać informacje o okresie rozpowszechniania, wszelkich powiązanych wyborach, kwocie wydanej na reklamę oraz wartości innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za konkretną reklamę, jak również za całą kampanię reklamową, informacje o źródle wykorzystanych funduszy oraz inne informacje zapewniające uczciwość rozpowszechniania reklamy politycznej. Informacje o źródle pochodzenia wykorzystanych funduszy dotyczą na przykład ich publicznego lub prywatnego pochodzenia, faktu, że pochodzą one z Unii Europejskiej lub spoza niej. Informacje dotyczące powiązanych wyborów lub referendów powinny zawierać, w miarę możliwości, hiperłącze do informacji z oficjalnych źródeł dotyczących organizacji i warunków uczestnictwa lub promowania uczestnictwa w tych wyborach lub referendach. Ogłoszenie o przejrzystości powinno ponadto zawierać informacje o sposobie oznaczania reklam politycznych zgodnie z procedurą ustanowioną w niniejszym rozporządzeniu. Wymóg ten powinien pozostawać bez uszczerbku dla przepisów w zakresie powiadamiania na podstawie art. 14, 15 i 19 rozporządzenia (UE) 2021/XXX [akt o usługach cyfrowych].

Należy wyraźnie wskazać miejsce siedziby sponsora oraz to, czy jest osobą fizyczną czy prawną. W ogłoszeniu o przejrzystości nie należy podawać danych osobowych osób fizycznych zaangażowanych w działalność w zakresie reklamy politycznej, niepowiązanych ze sponsorem ani innym zaangażowanym podmiotem politycznym. Ogłoszenie o przejrzystości powinno również zawierać informacje o okresie rozpowszechniania, wszelkich powiązanych wyborach, kwocie wydanej na reklamę oraz wartości innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za konkretną reklamę, jak również za całą kampanię reklamową, informacje o źródle wykorzystanych funduszy oraz inne informacje zapewniające uczciwość rozpowszechniania reklamy politycznej. Informacje o źródle pochodzenia wykorzystanych funduszy dotyczą na przykład ich publicznego lub prywatnego pochodzenia, faktu, że pochodzą one z Unii Europejskiej lub spoza niej. Informacje dotyczące powiązanych wyborów lub referendów powinny zawierać, w miarę możliwości, hiperłącze do informacji z oficjalnych źródeł dotyczących organizacji i warunków uczestnictwa lub promowania uczestnictwa w tych wyborach lub referendach. Ogłoszenie o przejrzystości powinno **być dostępne w momencie opublikowania lub rozpowszechnienia reklamy, a zawarte w nim informacje powinny być aktualizowane.** Ogłoszenie o przejrzystości powinno ponadto zawierać informacje o sposobie oznaczania reklam politycznych zgodnie z procedurą ustanowioną w niniejszym rozporządzeniu. Wymóg ten powinien pozostawać bez uszczerbku dla przepisów w zakresie powiadamiania na podstawie art. 16 i 17 rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych).

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 40

Tekst proponowany przez Komisję

(40) **Informacje, które mają być** zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości, **powinny być przedstawione w samej reklamie lub być łatwo dostępne na podstawie wskazania zawartego w reklamie.** Wymóg, aby informacja o ogłoszeniu o przejrzystości była m.in. wyraźnie zauważalna, powinien oznaczać, że jest ona umieszczona w sposób widoczny w reklamie lub wraz z nią. Wymóg, zgodnie z którym informacje publikowane w ogłoszeniu o przejrzystości mają być łatwo dostępne, nadające się do odczytu maszynowego, o ile jest to technicznie możliwe, oraz przyjazne dla użytkownika, powinien wiązać się z uwzględnieniem potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Załącznik I do dyrektywy 2019/882 (europejskiego aktu w sprawie dostępności) zawiera wymogi dotyczące dostępności informacji, w tym informacji cyfrowych, które należy wykorzystywać w celu zapewnienia dostępności informacji politycznych dla osób z niepełnosprawnościami.

Poprawka 51

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 41

Tekst proponowany przez Komisję

(41) Ogłoszenia o przejrzystości powinny być zaprojektowane w taki sposób, aby zwiększać świadomość

Poprawka

(40) **Wydawcy reklamy politycznej powinni zapewnić, aby każda reklama polityczna zawierała wyraźne wskazanie, gdzie można łatwo pobrać ogłoszenie o przejrzystości. Sposób przedstawienia tych informacji może się różnić w zależności od zastosowanych środków. Aby łatwo wyszukać informacje** zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości, **można na przykład wykorzystać link do specjalnej strony internetowej, na ekranie lub w postaci dźwiękowej, kod QR lub równoważne przyjazne dla użytkownika rozwiązania techniczne.** Wymóg, aby informacja o ogłoszeniu o przejrzystości była m.in. wyraźnie zauważalna, powinien oznaczać, że jest ona umieszczona w sposób widoczny w reklamie lub wraz z nią. Wymóg, zgodnie z którym informacje publikowane w ogłoszeniu o przejrzystości mają być łatwo dostępne, nadające się do odczytu maszynowego, o ile jest to technicznie możliwe, oraz przyjazne dla użytkownika, powinien wiązać się z uwzględnieniem potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Załącznik I do dyrektywy (UE) 2019/882 (europejskiego aktu w sprawie dostępności) zawiera wymogi dotyczące dostępności informacji, w tym informacji cyfrowych, które należy wykorzystywać w celu zapewnienia dostępności informacji politycznych dla osób z niepełnosprawnościami.

Poprawka

(41) Ogłoszenia o przejrzystości powinny być zaprojektowane w taki sposób, aby zwiększać świadomość

użytkowników i pomagać w jednoznacznej identyfikacji reklamy politycznej jako takiej. Powinny one być zaprojektowane w taki sposób, aby pozostały w tym samym miejscu lub były dostępne w przypadku dalszego rozpowszechniania reklamy politycznej, na przykład zamieszczenia jej na innej platformie lub przekazania jej dalej między osobami fizycznymi. Informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości powinny być publikowane w momencie rozpoczęcia publikacji reklam politycznych i przechowywane przez okres **jednego roku** od ostatniej publikacji. Zachowane informacje powinny również obejmować informacje o reklamach politycznych, których publikacja została zakończona lub które zostały usunięte przez wydawcę.

Poprawka 52

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 42

Tekst proponowany przez Komisję

(42) Ponieważ wydawcy reklamy politycznej udostępniają reklamy polityczne publicznie, powinni oni publikować lub rozpowszechniać te informacje wśród opinii publicznej wraz z publikacją lub rozpowszechnianiem samej reklamy politycznej. **Wydawcy reklamy politycznej nie powinni udostępniać wśród opinii publicznej takich reklam politycznych, które nie spełniają** wymogów przejrzystości określonych w niniejszym rozporządzeniu. **Ponadto** wydawcy reklamy politycznej, **którzy są bardzo dużymi platformami internetowymi w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2021/XXX [akt o usługach cyfrowych]**, powinni udostępniać **informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości za pośrednictwem repozytoriów reklam publikowanych zgodnie z art. 30**

użytkowników i pomagać w jednoznacznej identyfikacji reklamy politycznej jako takiej. Powinny one być zaprojektowane w taki sposób, aby pozostały w tym samym miejscu lub były dostępne w przypadku dalszego rozpowszechniania reklamy politycznej, na przykład zamieszczenia jej na innej platformie lub przekazania jej dalej między osobami fizycznymi. Informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości powinny być publikowane w momencie rozpoczęcia publikacji reklam politycznych i przechowywane przez okres **dziesięciu lat** od ostatniej publikacji. Zachowane informacje powinny również obejmować informacje o reklamach politycznych, których publikacja została zakończona lub które zostały usunięte przez wydawcę, **oraz o powodach usunięcia.**

Poprawka

(42) Ponieważ wydawcy reklamy politycznej udostępniają reklamy polityczne publicznie, powinni oni publikować lub rozpowszechniać te informacje wśród opinii publicznej wraz z publikacją lub rozpowszechnianiem samej reklamy politycznej. **W przypadku gdy wydawcy reklamy politycznej dowiedzą się, że dana reklama polityczna nie spełnia** wymogów przejrzystości określonych w niniejszym rozporządzeniu, **powinni dołożyć wszelkich starań, aby spełnić te wymogi. Jeżeli nie jest możliwe uzupełnienie lub skorygowanie informacji bez zbędnej zwłoki**, wydawcy reklamy politycznej **nie** powinni udostępniać **lub powinni zaprzestać zamieszczania, promocji, publikowania, dostarczania lub publicznego rozpowszechniania reklam politycznych, które nie spełniają** wymogów przejrzystości określonych

rozporządzenia *[akt o usługach cyfrowych]*. Ułatwi to pracę zainteresowanym podmiotom, w tym badaczom, w ramach ich szczególnej roli polegającej na wspieraniu wolnych i uczciwych wyborów lub referendów oraz uczciwych kampanii wyborczych, w tym przez kontrolę sponsorów reklamy politycznej i analizę otoczenia reklamy politycznej.

Poprawka 53

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 42 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

w niniejszym rozporządzeniu. W takiej sytuacji wydawcy reklamy politycznej powinni poinformować danego dostawcę usług oraz, w stosownych przypadkach, sponsora o uzasadnionych krokach podjętych w celu spełnienia wymogów niniejszego rozporządzenia.

Poprawka

(42a) Przy wypełnianiu tych obowiązków dostawcy usług reklamy politycznej powinni działać z należytym poszanowaniem praw podstawowych oraz innych praw i uzasadnionych interesów. Dostawcy usług reklamy politycznej powinni w szczególności należycie uwzględniać wolność wypowiedzi i prawo dostępu do informacji, w tym wolność i pluralizm mediów.

Poprawka 54

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 42 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(42b) Niniejsze rozporządzenie powinno ułatwić pracę zainteresowanym podmiotom, w tym badaczom, w ich szczególnej roli polegającej na wspieraniu wolnych i uczciwych wyborów lub referendów oraz uczciwych kampanii wyborczych, w tym przez kontrolę sponsorów reklamy politycznej i analizę otoczenia reklamy politycznej. Z tego względu wydawcy reklamy politycznej, którzy są bardzo dużymi platformami internetowymi w rozumieniu

rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych) i bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi zdefiniowanymi w rozporządzeniu (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), powinni udostępniać informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości za pośrednictwem repozytoriów reklam publikowanych zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych) i aktualizować je w czasie rzeczywistym.

Poprawka 55

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 42 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(42c) Komisja powinna ustanowić europejskie repozytorium internetowych reklam politycznych, aby pomóc zachować zgodność z przepisami niniejszego rozporządzenia wydawcom reklamy politycznej, którzy nie są bardzo dużymi platformami internetowymi w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych) ani bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi zdefiniowanymi w rozporządzeniu (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych). Wydawcy reklamy politycznej, którzy nie są bardzo dużymi platformami internetowymi w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych) ani bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi zdefiniowanymi w rozporządzeniu (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), powinni zapewnić, aby informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości były bez zbędnej zwłoki i nie później niż w ciągu 24 godzin udostępniane w europejskim repozytorium internetowych reklam politycznych. Informacje udostępniane na interfejsie wydawców reklamy politycznej powinny być zamieszczane w formacie nadającym się do odczytu maszynowego

zgodnie ze wspólną strukturą danych i normami, opracowanymi przez Komisję w porozumieniu z odpowiednimi zainteresowanymi stronami. Informacje w repozytoriach bardzo dużych platform internetowych i bardzo dużych wyszukiwarek internetowych oraz informacje w europejskim repozytorium internetowych reklam politycznych powinny być połączone za pośrednictwem wspólnego interfejsu programowania aplikacji i publicznie dostępne za pośrednictwem jednego portalu.

Poprawka 56

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 44

Tekst proponowany przez Komisję

(44) Informacje na temat kwot wydanych na usługi reklamy politycznej oraz wartości innych korzyści otrzymanych w części lub w całości w zamian za te usługi mogą stanowić użyteczny wkład w debatę polityczną. Należy zadbać o to, aby odpowiedni przegląd działalności w zakresie reklamy politycznej można było uzyskać ze sprawozdań rocznych przygotowywanych przez odpowiednich wydawców reklamy politycznej. Aby wspierać nadzór i odpowiedzialność, taka sprawozdawczość powinna zawierać informacje o wydatkach na ***cele działalności w zakresie*** reklamy politycznej w danym okresie, zagregowane według kampanii lub kandydata. Aby uniknąć nieproporcjonalnych obciążeń, wspomniane obowiązki sprawozdawcze w zakresie przejrzystości nie powinny mieć zastosowania do przedsiębiorstw wchodzących w zakres art. 3 ust. 3 dyrektywy 2013/34/UE.

Poprawka

(44) Informacje na temat kwot wydanych na usługi reklamy politycznej oraz wartości innych korzyści otrzymanych w części lub w całości w zamian za te usługi mogą stanowić użyteczny wkład w debatę polityczną. Należy zadbać o to, aby odpowiedni przegląd działalności w zakresie reklamy politycznej można było uzyskać ze sprawozdań rocznych przygotowywanych przez odpowiednich wydawców reklamy politycznej. Aby wspierać nadzór i odpowiedzialność, taka sprawozdawczość powinna zawierać informacje o wydatkach na ***targetowanie lub dostarczanie*** reklamy politycznej w danym okresie, zagregowane według kampanii lub kandydata. Aby uniknąć nieproporcjonalnych obciążeń, wspomniane obowiązki sprawozdawcze w zakresie przejrzystości nie powinny mieć zastosowania do przedsiębiorstw wchodzących w zakres art. 3 ust. 1–3 dyrektywy 2013/34/UE.

Poprawka 57

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 45

Tekst proponowany przez Komisję

(45) Wydawcy reklamy politycznej świadczący usługi reklamy politycznej powinni wprowadzić mechanizmy umożliwiające osobom fizycznym zgłaszanie im, że dana reklama polityczna, którą opublikowali, nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem. Mechanizmy zgłaszania takiej reklamy powinny być łatwo dostępne i łatwe w użyciu, a także dostosowane do formy reklamy rozpowszechnianej przez wydawcę reklamy. W miarę możliwości mechanizmy te powinny być dostępne z poziomu samej reklamy, na przykład na stronie internetowej wydawcy reklamy. Wydawcy reklamy politycznej powinni mieć możliwość polegania w stosownych przypadkach na istniejących mechanizmach. W przypadku gdy wydawcy reklamy politycznej są dostawcami usług hostingu w rozumieniu aktu o usługach cyfrowych, w odniesieniu do reklam politycznych zamieszczanych na żądanie usługobiorców przepisy art. 14 aktu o usługach cyfrowych nadal mają zastosowanie do powiadomień dotyczących niezgodności takich reklam z niniejszym rozporządzeniem.

Poprawka

(45) Wydawcy reklamy politycznej świadczący usługi reklamy politycznej powinni wprowadzić mechanizmy umożliwiające osobom fizycznym zgłaszanie im, że dana reklama polityczna, którą opublikowali, nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem. Mechanizmy zgłaszania takiej reklamy powinny być łatwo dostępne i łatwe w użyciu, a także dostosowane do formy reklamy rozpowszechnianej przez wydawcę reklamy. W miarę możliwości mechanizmy te powinny być dostępne z poziomu samej reklamy, na przykład na stronie internetowej wydawcy reklamy. Wydawcy reklamy politycznej powinni mieć możliwość polegania w stosownych przypadkach na istniejących mechanizmach. W przypadku gdy wydawcy reklamy politycznej są dostawcami usług hostingu w rozumieniu aktu o usługach cyfrowych, w odniesieniu do reklam politycznych zamieszczanych na żądanie usługobiorców przepisy art. 16 aktu o usługach cyfrowych nadal mają zastosowanie do powiadomień dotyczących niezgodności takich reklam z niniejszym rozporządzeniem.
W przypadku gdy wydawcy reklamy politycznej są dostawcami internetowych usług hostingu w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), w odniesieniu do reklam politycznych zamieszczanych na żądanie odbiorców ich usług wydawcy reklamy politycznej powinni mieć możliwość stosowania mechanizmu powiadamiania zgodnie z rozporządzeniem (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), jeśli powiadomienie dotyczy niezgodności takich reklam z niniejszym rozporządzeniem.

Poprawka 58

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 45 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(45a) Jeżeli dana reklama nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem, mechanizmy udostępniane przez wydawcę powinny umożliwiać osobom fizycznym jej oznaczenie. Jeżeli takie mechanizmy nie są dostępne, osoby fizyczne powinny mieć możliwość zgłoszenia takiej reklamy politycznej bezpośrednio właściwym organom.

Poprawka 59

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 45 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(45b) Wydawcy reklamy politycznej powinni podjąć racjonalne starania, kontaktując się z odnośnymi dostawcami usług i, w stosownych przypadkach, sponsorem, by w sposób terminowy, skrupulatny i obiektywny odnieść się do powiadomień otrzymanych zgodnie z niniejszym rozporządzeniem. Wydawca reklamy politycznej powinien poinformować autora powiadomienia i zainteresowanych dostawców usług o działaniach podjętych w związku z powiadomieniem oraz przedstawić informacje o możliwościach dochodzenia roszczeń, w tym na podstawie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828^{1a}, w odniesieniu do reklamy, której dotyczy powiadomienie. W przypadku gdy powiadomienie zawiera wystarczające informacje, aby umożliwić skrupulatnemu dostawcy usług reklamy politycznej stwierdzenie, bez szczegółowego badania i podejmowania skomplikowanych kontaktów, że ewidentnie brakuje informacji lub są one

niekompletne, wydawca reklamy politycznej powinien bez zbędnej zwłoki podjąć działania.

1^a Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828 z dnia 25 listopada 2020 r. w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów i uchylająca dyrektywę 2009/22/WE (Dz.U. L 409 z 4.12.2020, s. 1).

Poprawka 60

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 45 c (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(45c) Aby zapewnić skuteczność wymogów przejrzystości i należytej staranności podczas wyborów lub referendum, wydawcy reklamy politycznej powinni w ciągu ostatniego miesiąca poprzedzającego wybory lub referendum rozpatrywać bez zbędnej zwłoki i nie później niż w ciągu 48 godzin każde otrzymane powiadomienie o reklamie związanej z tym głosowaniem, kontaktując się z zainteresowanymi dostawcami usług i, w stosownych przypadkach, ze sponsorem. Wydawcy reklamy politycznej będący mikroprzedsiębiorstwami i małymi przedsiębiorstwami powinni rozpatrywać takie powiadomienia bez zbędnej zwłoki.

Poprawka 61

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 45 d (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(45d) Wszelkie działania podejmowane przez wydawcę reklamy politycznej powinny być ściśle ukierunkowane na

korektę, uzupełnienie lub usunięcie określonych informacji niezgodnych z niniejszym rozporządzeniem. Wydawca reklamy politycznej powinien przy tym należycie uwzględniać wolność wypowiedzi i informacji oraz inne prawa podstawowe.

Poprawka 62

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Motyw 46

Tekst proponowany przez Komisję

(46) Aby umożliwić określonym podmiotom odgrywanie ich roli w systemie demokratycznym, należy ustanowić zasady przekazywania informacji publikowanych wraz z reklamą polityczną lub zawartych w ogłoszeniu o przejrzystości zainteresowanym podmiotom, takim jak zweryfikowani badacze, dziennikarze, organizacje społeczeństwa obywatelskiego i akredytowani obserwatorzy wyborów, w celu wsparcia pełnienia przez nich odpowiednich ról w procesie demokratycznym. Dostawcy usług reklamy politycznej nie powinni być zobowiązani do odpowiadania na wnioski, które są ***całkowicie nieuzasadnione lub nadmierne***. Ponadto odpowiedni dostawca usług powinien mieć możliwość pobierania uzasadnionej opłaty w przypadku wielokrotnych i kosztownych wniosków, biorąc pod uwagę koszty administracyjne związane z udzieleniem informacji.

Poprawka 63

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Motyw 47

Tekst proponowany przez Komisję

(47) Dane osobowe zebrane

Poprawka

(46) Aby umożliwić określonym podmiotom odgrywanie ich roli w systemie demokratycznym, należy ustanowić zasady przekazywania informacji publikowanych wraz z reklamą polityczną lub zawartych w ogłoszeniu o przejrzystości zainteresowanym podmiotom, takim jak zweryfikowani badacze, dziennikarze, organizacje społeczeństwa obywatelskiego i akredytowani obserwatorzy wyborów, w celu wsparcia pełnienia przez nich odpowiednich ról w procesie demokratycznym. Dostawcy usług reklamy politycznej nie powinni być zobowiązani do odpowiadania na wnioski, które są ***w sposób oczywisty niejasne lub nadmiernie obciążające lub dotyczą informacji znajdujących się poza kontrolą dostawcy usługi***. Ponadto odpowiedni dostawca usług powinien mieć możliwość pobierania uzasadnionej opłaty w przypadku wielokrotnych i kosztownych wniosków, biorąc pod uwagę koszty administracyjne związane z udzieleniem informacji.

Poprawka

(47) Dane osobowe zebrane

bezpośrednio od osób fizycznych lub pośrednio, takie jak dane **uzyskane w drodze wnioskowania**, podczas klasyfikowania osób fizycznych według ich domniemanych zainteresowań lub uzyskane na podstawie ich aktywności w internecie, profilowania behawioralnego i innych technik analizy, są coraz częściej wykorzystywane do targetowania przekazów politycznych do grup lub poszczególnych wyborców lub osób fizycznych oraz do zwiększania ich wpływu. Na podstawie przetwarzania danych osobowych, w szczególności danych uznanych za wrażliwe na podstawie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679¹¹ oraz rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725¹², można dokonać segmentacji różnych grup wyborców lub osób fizycznych oraz wykorzystać ich cechy lub podatność na wpływy, na przykład poprzez rozpowszechnianie reklam w określonych momentach i w określonych miejscach, zaprojektowanych w taki sposób, aby wykorzystać przypadki, w których byłiby oni podatni na określony rodzaj informacji/komunikatu. Ma to szczególne i szkodliwe skutki dla podstawowych praw i wolności obywateli w odniesieniu do przetwarzania ich danych osobowych oraz ich prawa do otrzymywania obiektywnych informacji, formułowania opinii, podejmowania decyzji politycznych i korzystania z prawa do głosowania. Wpływa to negatywnie na proces demokratyczny. **Konieczne** jest **przedstawienie dodatkowych ograniczeń** i warunków w **stosunku do rozporządzenia** (UE) 2016/679 i **rozporządzenia** (UE) 2018/1725. Określone w niniejszym rozporządzeniu warunki stosowania technik targetowania i **amplifikacji** wiążących się z przetwarzaniem danych osobowych w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej powinny opierać się na art. 16 TFUE.

bezpośrednio od osób fizycznych lub pośrednio, takie jak dane **zaobserwowane lub wywnioskowane**, podczas klasyfikowania osób fizycznych według ich domniemanych zainteresowań lub uzyskane na podstawie ich aktywności w internecie, profilowania behawioralnego i innych technik analizy, są coraz częściej wykorzystywane do targetowania przekazów politycznych do grup lub poszczególnych wyborców lub osób fizycznych oraz do zwiększania ich wpływu. Na podstawie przetwarzania danych osobowych, w szczególności danych uznanych za wrażliwe na podstawie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679^[1] oraz rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725^[2], można dokonać segmentacji różnych grup wyborców lub osób fizycznych oraz wykorzystać ich cechy lub podatność na wpływy, na przykład poprzez rozpowszechnianie reklam w określonych momentach i w określonych miejscach, zaprojektowanych w taki sposób, aby wykorzystać przypadki, w których byłiby oni podatni na określony rodzaj informacji/komunikatu. Ma to szczególne i szkodliwe skutki dla podstawowych praw i wolności obywateli w odniesieniu do przetwarzania ich danych osobowych oraz ich prawa do **uczciwego i równego traktowania, do wolności od manipulacji, do** otrzymywania obiektywnych informacji, formułowania opinii, podejmowania decyzji politycznych i korzystania z prawa do głosowania. **Ponadto** wpływa to negatywnie na proces demokratyczny, **ponieważ umożliwia fragmentację debaty publicznej o istotnych sprawach społecznych, drapieżną analizę wyborców, selektywny zasięg, a ostatecznie manipulowanie elektoratem. Zwiększa to również ryzyko rozpowszechniania dezinformacji i było wykorzystywane do obcej ingerencji w procesy wyborcze, zwłaszcza przez niedemokratyczne podmioty zagraniczne. Wprowadzająca w błąd lub niejasna**

*reklama służąca celom politycznym jest zagrożeniem, ponieważ wpływa na podstawowe mechanizmy umożliwiające funkcjonowanie naszego demokratycznego społeczeństwa. Wszystko to dzieje się pomimo i tak już restrykcyjnych warunków przetwarzania danych osobowych, w tym targetowania i dostarczania reklamy, przewidzianych w rozporządzeniach (UE) 2016/679 i (UE) 2018/1725. Określone w niniejszym rozporządzeniu warunki stosowania technik targetowania i **dostarczania reklamy** wiążących się z przetwarzaniem danych osobowych w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej powinny opierać się na art. 16 TFUE.*

¹¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. L 119 z 4.5.2016, s. 1).

¹² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725 z dnia 23 października 2018 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych przez instytucje, organy i jednostki organizacyjne Unii i swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia rozporządzenia (WE) nr 45/2001 i decyzji nr 1247/2002/WE (Dz.U. L 295 z 21.11.2018, s. 39).

¹¹ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.U. L 119 z 4.5.2016, s. 1).

¹² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1725 z dnia 23 października 2018 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych przez instytucje, organy i jednostki organizacyjne Unii i swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia rozporządzenia (WE) nr 45/2001 i decyzji nr 1247/2002/WE (Dz.U. L 295 z 21.11.2018, s. 39).

Poprawka 64

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47a) Zapisane obecnie w rozporządzeniu (UE) 2016/679 możliwości zgodnego z prawem dostosowywania i kierowania reklamy do osób fizycznych są przedmiotem nadużyć systemowych, zwłaszcza jeśli chodzi o uzyskiwanie dobrowolnej i świadomej zgody od osób fizycznych, i dotychczasowe przepisy nie dają rozwiązania tego problemu.

Poprawka 65

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 b (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47b) Zwodnicze interfejsy internetowe na platformach internetowych to praktyki istotnie zakłócające lub ograniczające, pod względem celu lub skutku, zdolność użytkowników usługi do podejmowania samodzielnych i świadomych wyborów lub decyzji dotyczących danych osobowych, które przekazują na potrzeby reklamy politycznej. Należy zatem zakazać dostawcom platform internetowych nakłaniania użytkowników usługi do pewnych zachowań oraz zakłócania lub ograniczania ich samodzielności, podejmowania decyzji lub wyboru.

Poprawka 66

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 47 c (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47c) Powinno to również obejmować wielokrotne wymaganie od użytkownika usługi dokonania wyboru, którego już dokonał, stosowanie procedury rezygnacji z usługi, która jest znacznie bardziej uciążliwa niż rejestracja, utrudnianie

niektórych wyborów lub sprawienie, że są one bardziej czasochłonne niż inne, lub bardzo duże utrudnienie zmiany domyślnych ustawień, co w nieuzasadniony sposób wpływa na podejmowanie decyzji przez użytkownika usługi, zakłócając i ograniczając jego samodzielność, podejmowanie decyzji i wybory. Przepisów zapobiegających stosowaniu zwodniczych interfejsów nie należy jednak rozumieć jako uniemożliwiających dostawcom bezpośrednią interakcję z użytkownikami usługi i oferowanie im nowych lub dodatkowych usług. Systematyczne stosowanie zwodniczych interfejsów, niejasnych zasad wyrażenia zgody i informacji wprowadzających w błąd oraz niezapewnianie wystarczającego czasu na zapoznanie się z warunkami świadczenia usługi to powszechne praktyki utrudniające użytkownikom usługi uzyskanie jasnych informacji i sprawowanie kontroli w środowisku branży reklamy internetowej opartej na monitorowaniu.

Poprawka 67

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 d (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47d) Aby chronić osoby fizyczne w związku z metodami i celami przetwarzania ich danych osobowych, zwłaszcza w sytuacjach istotnych dla wywierania wpływu na ich demokratyczne wybory i udział w debacie publicznej, a także aby chronić demokrację i uczciwość wyborów, trzeba uzupełnić rozporządzenia (UE) 2016/679 i (UE) 2018/1725 przez wprowadzenie, na podstawie art. 16 TFUE, dodatkowych ograniczeń, które powinny przyjąć formę ścisłych limitów przetwarzania danych osobowych do celów targetowania i dostarczania internetowej reklamy politycznej.

Poprawka 68

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 e (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47e) Techniki targetowania i dostarczania reklamy, na określonych warunkach i przy ściśle ograniczonej ilości przekazywanych danych osobowych nienależących do szczególnych kategorii danych osobowych w rozumieniu art. 9 rozporządzenia (UE) 2016/679 lub art. 10 rozporządzenia (UE) 2018/1725, mogą być przydatne w rozpowszechnianiu reklamy politycznej i informacji politycznych oraz w docieraniu do obywateli i informowaniu ich.

Poprawka 69

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 f (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47f) Techniki targetowania i dostarczania reklamy wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych powinny być dozwolone wyłącznie z wykorzystaniem danych osobowych jednoznacznie przekazanych wydawcy reklam przed osobą, której dane dotyczą, w konkretnym i wyłącznym celu otrzymania ukierunkowanej reklamy politycznej. Dostawcy nie powinni wymagać zgody, gdy osoba, której dane dotyczą, korzysta z prawa do wyrażenia sprzeciwu środkami zautomatyzowanymi z wykorzystaniem specyfikacji technicznych, zgodnie z art. 21 ust. 5 rozporządzenia (UE) 2016/679. Jeżeli osoby, których dane dotyczą, odmówią wyrażenia zgody lub cofną zgodę, należy im zapewnić inne sprawiedliwe i rozsądne możliwości dostępu do usług

społeczeństwa informacyjnego. Odmowa wyrażenia zgody nie powinna być bardziej skomplikowana ani bardziej czasochłonna dla osoby, której dane dotyczą, niż wyrażenie zgody. Przetwarzanie zaobserwowanych lub wywnioskowanych danych osobowych, zgodnie z wytycznymi Europejskiej Rady Ochrony Danych nr 8/2020 dotyczącymi targetowania użytkowników mediów społecznościowych, nie powinno być dozwolone. Bez takiego ograniczenia technik targetowania i dostarczania reklamy targetowanie i dostarczanie reklamy politycznej z wykorzystaniem danych osobowych mogłoby spowodować duże zagrożenie dla praw i wolności osób fizycznych.

Poprawka 70

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 g (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47g) Przekazywane dane osobowe powinny obejmować tylko kategorie danych osobowych jednoznacznie i aktywnie przekazane przez osobę, której dane dotyczą, w konkretnym i wyłącznym celu, jakim jest targetowanie reklamy politycznej przez administratora danych, któremu te dane zostały przekazane. Administratorzy danych nie powinni kierować reklam politycznych do osób, których dane dotyczą, a które nie przekazały im swoich danych osobowych. Przekazując wydawcy dane, należy je wprowadzić w jego interfejsie lub ustawieniach. Należy zatem wykluczyć przetwarzanie wszelkich danych dotyczących osób, których dane dotyczą, takich jak metadane, dane o ruchu i lokalizacji lub treść komunikatów, zarówno prywatnych, jak i publicznych, które to dane w przeciwnym razie byłyby przetwarzane przy normalnym korzystaniu z usługi.

Poprawka 71

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 h (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47h) Niektórzy kandydaci lub partie polityczne, mający odpowiednie zasoby, mogliby obchodzić ograniczenia dotyczące technik targetowania, korzystając z własnych jednostek prowadzących marketing polityczny na dużą skalę. Dlatego ograniczenia dotyczące technik targetowania powinny mieć zastosowanie niezależnie od tego, czy skorzystano z usługi zewnętrznej, jeżeli sponsorzy przetwarzają dane osobowe na potrzeby bezpośredniego ukierunkowanego marketingu politycznego, na przykład na dużą skalę i systematycznie wysyłając ukierunkowane wiadomości poczty elektronicznej lub wiadomości tekstowe. Nie ma to wpływu na fakt, że ograniczenia dotyczące technik targetowania i dostarczania reklamy nie powinny mieć zastosowania do samej bezpośredniej komunikacji, w tym spersonalizowanych wiadomości poczty elektronicznej lub wiadomości tekstowych, niebędących ukierunkowanym marketingiem bezpośrednim na dużą skalę, ani do treści organicznych publikowanych z wykorzystaniem internetowych usług pośrednich bez wynagrodzenia za zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie danej wiadomości.

Poprawka 72

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 i (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47i) By chronić wybory i referenda oraz zapobiegać wszelkim nieuzasadnionym ingerencjom, manipulacjom i dezinformacji, trzeba

wprowadzić dodatkowe ograniczenia dotyczące targetowania i dostarczania reklamy w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybory lub referendum. W okresie 60 dni przed wyborami lub referendum techniki targetowania i dostarczania reklamy w kontekście reklamy politycznej z wykorzystaniem przekazanych danych osobowych powinny być ściśle ograniczone do lokalizacji i języków osoby, której dane dotyczą. Można by również wykorzystywać dane o tym, czy dana osoba będzie głosować po raz pierwszy, ponieważ trzeba docierać do takich osób i informować je o wyborach lub referendum. Wykorzystywaną do dostarczania ukierunkowanej reklamy politycznej lokalizację osoby, której dane dotyczą, należy rozumieć jako lokalizację na poziomie okręgu wyborczego w danych wyborach lub danym referendum. W państwach członkowskich, które w wyborach do Parlamentu Europejskiego mają tylko jeden okręg wyborczy pokrywający się ze szczeblem krajowym, lokalizację osoby, której dane dotyczą, można jednak na potrzeby reklamy politycznej związanej z tymi wyborami rozumieć jako lokalizację na szczeblu regionalnym lub równoważnym, zgodnie z prawem krajowym.

Poprawka 73

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 j (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47j) Zakaz i ograniczenia dotyczące przetwarzania danych osobowych na potrzeby reklamy politycznej nie powinny uniemożliwiać sponsorom, wydawcom reklamy politycznej ani dostawcom usług reklamowych, w tym platformom internetowym, wyświetlania internetowej reklamy politycznej na podstawie informacji kontekstowych, w tym słów

kluczowych. Jest to ograniczenie proporcjonalne, jako że sponsorzy mają dostęp do innych metod działania w zakresie reklamy politycznej, zwłaszcza przez kontekstowe targetowanie w internecie oraz przez alternatywne media pozainternetowe. Ograniczenie to jest zgodne z prawem członków społeczeństwa do przekazywania informacji i idei w sprawach leżących w interesie ogólnym, ponieważ prawo to może być w pewnych okolicznościach ograniczone, jeżeli ograniczenie to realizuje się rozsądnie, ostrożnie i w dobrej wierze oraz jeżeli jest proporcjonalne i uzasadnione odpowiednimi i wystarczającymi względami, zwłaszcza celem ochrony praw innych osób.

Poprawka 74

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 k (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47k) Wybierając parametry targetowania, sponsorzy wydzielają potencjalnych odbiorców swojej reklamy politycznej. Jednak zależnie od budżetu kampanii reklamowej reklama polityczna niekoniecznie dotrze do wszystkich takich potencjalnych odbiorców. Wydawca musi wybrać, kto spośród tych potencjalnych odbiorców rzeczywiście otrzyma reklamę polityczną. Aby zapobiec tworzeniu komór pogłosowych i baniek filtrujących oraz zapobiec demograficznym zniekształceniom według kryterium rasy lub płci, prowadzącym do dyskryminacji, platformom internetowym nie należy zezwalać na wybiórcze dostarczanie reklam politycznych niektórym spośród potencjalnych docelowych odbiorców na podstawie dalszego przetwarzania danych osobowych. Dlatego wydawca powinien wybierać faktycznych odbiorców reklamy politycznej tylko losowo, bez dalszego przetwarzania danych osobowych.

Poprawka 75

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 47 l (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(47l) Obowiązki przejrzystości przewidziane w niniejszym rozporządzeniu pomogą również uniemożliwić głoszenie niepostrzeżenie przeciwnych i polaryzujących przekazów do konkretnych części elektoratu, ponieważ organizacje strażnicze, społeczeństwo obywatelskie, dziennikarze i inne części elektoratu będą mogły poddawać je kontroli.

Poprawka 76

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 48

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(48) Należy zatem zakazać stosowania w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej technik targetowania i amplifikacji obejmujących przetwarzanie danych, o których mowa w art. 9 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2016/679 i art. 10 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2018/1725. Stosowanie takich technik powinno być dozwolone wyłącznie wtedy, gdy są one stosowane przez administratora lub osobę działającą w jego imieniu, na podstawie wyraźnej zgody osoby, której dane dotyczą, lub w ramach zgodnej z prawem działalności fundacji, stowarzyszenia lub innego podmiotu o charakterze niezarobkowym o celach politycznych, światopoglądowych, religijnych lub związkowych, pod warunkiem, że przetwarzanie dotyczy wyłącznie członków lub byłych członków tego podmiotu lub osób utrzymujących z nim stałe kontakty w związku z jego celami oraz że dane osobowe nie są ujawniane poza tym

skreśla się

podmiotem bez zgody osób, których dane dotyczą. Powinny temu towarzyszyć konkretne zabezpieczenia. Zgodę należy rozumieć jako zgodę w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2016/679 oraz rozporządzenia (UE) 2018/1725.
W związku z tym nie powinno być możliwe powoływanie się na wyjątki określone w art. 9 ust. 2 lit. b), c), e), f), g), h), i) oraz j) rozporządzenia (UE) 2016/679 oraz art. 10 ust. 2 lit. b), c), e), f), g), h), i) oraz j) rozporządzenia (UE) 2018/1725 odpowiednio w ramach stosowania technik targetowania i amplifikacji w celu publikowania, promowania lub rozpowszechniania reklamy politycznej wiążącej się z przetwarzaniem danych osobowych, o których mowa w art. 9 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2016/679 i art. 10 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2018/1725.

Poprawka 77

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 49

Tekst proponowany przez Komisję

(49) W celu zapewnienia większej przejrzystości i rozliczalności administratorzy powinni wdrożyć dodatkowe zabezpieczenia przy stosowaniu w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej technik targetowania i **amplifikacji** wiążących się z przetwarzaniem danych osobowych. Powinni oni przyjąć i wdrożyć politykę opisującą wykorzystanie tych technik w celu targetowania osób fizycznych lub **wzmacniania** swoich **treści** oraz prowadzić rejestr swoich stosownych czynności. W ramach publikowania, promowania lub rozpowszechniania reklamy politycznej wykorzystującej techniki targetowania i **amplifikacji** administratorzy powinni dostarczyć, wraz z reklamą polityczną, istotne informacje umożliwiające zainteresowanej osobie fizycznej zrozumienie zastosowanej logiki

Poprawka

(49) W celu zapewnienia większej przejrzystości i rozliczalności administratorzy powinni wdrożyć dodatkowe zabezpieczenia przy stosowaniu w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej technik targetowania i **dostarczania reklamy** wiążących się z przetwarzaniem danych osobowych. Powinni oni przyjąć i wdrożyć politykę opisującą wykorzystanie tych technik w celu targetowania osób fizycznych lub **dostarczania treści** swoich **reklam**, **sporządzać coroczne oceny ryzyka wynikającego ze stosowania tych technik dla praw podstawowych i wolności osób fizycznych i całego społeczeństwa** oraz prowadzić rejestr swoich stosownych czynności. W ramach publikowania, promowania, **dostarczania** lub rozpowszechniania reklamy politycznej wykorzystującej techniki targetowania

i głównych parametrów zastosowanego targetowania oraz to, czy wykorzystano dane osób trzecich i dodatkowe techniki analityczne, w tym informacje o tym, czy targetowanie reklamy zostało dodatkowo zoptymalizowane podczas jej dostarczania.

administratorzy powinni dostarczyć, wraz z reklamą polityczną, istotne informacje umożliwiające zainteresowanej osobie fizycznej zrozumienie zastosowanej logiki i głównych parametrów zastosowanego targetowania oraz to, czy wykorzystano dane osób trzecich i dodatkowe techniki analityczne, w tym informacje o tym, czy targetowanie reklamy zostało dodatkowo zoptymalizowane podczas jej dostarczania.

Poprawka 78

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 50

Tekst proponowany przez Komisję

(50) Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania lub **amplifikacji** powinni zawrzeć w swoim ogłoszeniu o przejrzystości informacje niezbędne do umożliwienia zainteresowanej osobie fizycznej zrozumienia zastosowanej logiki i głównych parametrów wykorzystanej techniki, a także wykorzystania danych osób trzecich i dodatkowych technik analitycznych oraz link do odpowiedniej polityki **administratora**. W przypadku gdy **administratorem danych** jest inny podmiot niż wydawca reklamy, **administrator** powinien przekazać wydawcy reklamy swoją politykę wewnętrzną lub odniesienie do niej. Dostawcy usług reklamowych powinni, w razie potrzeby, przekazywać wydawcy reklamy politycznej informacje niezbędne do wypełnienia obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia. Przekazywanie takich informacji mogłoby zostać zautomatyzowane i zintegrowane ze zwykłymi procesami biznesowymi w oparciu o stosowne standardy.

Poprawka

(50) Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania lub **dostarczania reklamy** powinni zawrzeć w swoim ogłoszeniu o przejrzystości informacje niezbędne do umożliwienia zainteresowanej osobie fizycznej zrozumienia zastosowanej logiki i głównych parametrów wykorzystanej techniki, a także wykorzystania danych osób trzecich i dodatkowych technik analitycznych oraz link do odpowiedniej polityki **dostawcy usług reklamy politycznej**. W przypadku gdy **dostawcą usługi reklamy politycznej** jest inny podmiot niż wydawca reklamy, **dostawca usług** powinien przekazać wydawcy reklamy swoją politykę wewnętrzną lub odniesienie do niej. Dostawcy usług reklamowych powinni, w razie potrzeby, przekazywać wydawcy reklamy politycznej informacje niezbędne do wypełnienia obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia. Przekazywanie takich informacji mogłoby zostać zautomatyzowane i zintegrowane ze zwykłymi procesami biznesowymi w oparciu o stosowne standardy.

Poprawka 79

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 51

Tekst proponowany przez Komisję

(51) W celu dalszego wzmocnienia pozycji osób fizycznych w zakresie wykonywania przysługujących im praw do ochrony danych wydawcy reklamy politycznej powinni zapewnić zainteresowanym osobom, których dane dotyczą, dodatkowe informacje i skuteczne narzędzia wspierające wykonywanie praw przysługujących im na mocy unijnych ram prawnych w zakresie ochrony danych, w tym prawo do ***sprzeciwu lub*** wycofania zgody w przypadku kierowania do nich reklamy politycznej. Informacje te powinny być również łatwo dostępne bezpośrednio z ogłoszenia o przejrzystości. Narzędzia udostępnione osobom fizycznym, mające na celu wspieranie wykonywania przysługujących im praw, powinny być skuteczne, aby zapobiegać kierowaniu do osób fizycznych reklamy politycznej, jak również zapobiegać kierowaniu reklamy na podstawie konkretnych kryteriów i przez jednego lub kilku konkretnych administratorów.

Poprawka 80

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 52

Tekst proponowany przez Komisję

(52) Komisja powinna ***zachęcać do sporządzania kodeksów postępowania, o których mowa w art. 40 rozporządzenia (UE) 2016/679***, aby wspierać wykonywanie praw osób, których dane dotyczą, w tym kontekście.

Poprawka 81

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 53

Poprawka

(51) W celu dalszego wzmocnienia pozycji osób fizycznych w zakresie wykonywania przysługujących im praw do ochrony danych wydawcy reklamy politycznej powinni zapewnić zainteresowanym osobom, których dane dotyczą, dodatkowe informacje i skuteczne narzędzia wspierające wykonywanie praw przysługujących im na mocy unijnych ram prawnych w zakresie ochrony danych, w tym prawo do wycofania zgody w przypadku kierowania do nich reklamy politycznej. Informacje te powinny być również łatwo dostępne bezpośrednio z ogłoszenia o przejrzystości. Narzędzia udostępnione osobom fizycznym, mające na celu wspieranie wykonywania przysługujących im praw, powinny być skuteczne, aby zapobiegać kierowaniu do osób fizycznych reklamy politycznej, jak również zapobiegać kierowaniu reklamy na podstawie konkretnych kryteriów i przez jednego lub kilku konkretnych administratorów.

Poprawka

(52) Komisja powinna ***sporządzić wytyczne***, aby wspierać wykonywanie praw osób, których dane dotyczą, w tym kontekście.

Tekst proponowany przez Komisję

(53) Informacje, które mają być przekazywane zgodnie ze wszystkimi wymogami mającymi zastosowanie do stosowania technik targetowania i **amplifikacji** na podstawie niniejszego rozporządzenia, powinny być przedstawiane w formie, która jest łatwo dostępna, wyraźnie widoczna i przyjazna dla użytkownika, w tym przez użycie prostego języka.

Poprawka 82

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 54**

Tekst proponowany przez Komisję

(54) Należy ustanowić przepisy dotyczące przekazywania informacji na temat targetowania **innym zainteresowanym podmiotom**. Obowiązujący system powinien być spójny z systemem przekazywania informacji związanych z wymogami przejrzystości.

Poprawka 83

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 55**

Tekst proponowany przez Komisję

(55) Dostawcy usług reklamy politycznej mający siedzibę w państwie trzecim, którzy oferują usługi w Unii, powinni wyznaczyć upoważnionego przedstawiciela prawnego w Unii, aby zagwarantować skuteczne przestrzeganie niniejszego rozporządzenia przez tych dostawców. Przedstawicielem prawnym może być przedstawiciel wyznaczony na

Poprawka

(53) Informacje, które mają być przekazywane zgodnie ze wszystkimi wymogami mającymi zastosowanie do stosowania technik targetowania i **dostarczania reklamy** na podstawie niniejszego rozporządzenia, powinny być przedstawiane w formie, która jest łatwo dostępna, **kompletna**, wyraźnie widoczna i przyjazna dla użytkownika, w tym przez użycie prostego języka, **a także odpowiednia dla osób z niepełnosprawnościami**.

Poprawka

(54) Należy ustanowić przepisy dotyczące przekazywania **innym zainteresowanym podmiotom** informacji na temat targetowania i **dostarczania reklamy**. Obowiązujący system powinien być spójny z systemem przekazywania informacji związanych z wymogami przejrzystości.

Poprawka

(55) Dostawcy usług reklamy politycznej mający siedzibę w państwie trzecim, którzy oferują usługi w Unii, powinni wyznaczyć upoważnionego przedstawiciela prawnego w Unii, **zarejestrowanego w krajowym pojedynczym punkcie kontaktowym**, aby zagwarantować skuteczne przestrzeganie niniejszego rozporządzenia przez tych

podstawie art. 27 rozporządzenia (UE) 2016/679 lub przedstawiciel wyznaczony na podstawie art. **11** rozporządzenia (UE) **2021/xxx [akt o usługach cyfrowych]**.

dostawców. Przedstawicielem prawnym może być przedstawiciel wyznaczony na podstawie art. 27 rozporządzenia (UE) 2016/679 lub przedstawiciel wyznaczony na podstawie art. **13** rozporządzenia (UE) **2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**. **Państwa członkowskie powinny prowadzić publicznie dostępny rejestr wszystkich przedstawicieli prawnych zarejestrowanych na ich terytorium na mocy niniejszego rozporządzenia, a Komisja powinna prowadzić publicznie i łatwo dostępną bazę danych przedstawicieli prawnych zarejestrowanych w Unii.**

Poprawka 84

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 56

Tekst proponowany przez Komisję

(56) W interesie skutecznego stosowania niniejszego rozporządzenia konieczne jest powierzenie organom nadzoru uprawnień do monitorowania i egzekwowania odpowiednich przepisów. W zależności od systemu prawnego każdego państwa członkowskiego oraz zgodnie z obowiązującym prawem Unii, w tym rozporządzeniem (UE) 2016/679 oraz rozporządzeniem (UE) **2021/xxx [akt o usługach cyfrowych]**, w tym celu mogą zostać wyznaczone różne krajowe organy sądowe lub administracyjne.

Poprawka 85

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 57

Tekst proponowany przez Komisję

(57) Jeżeli chodzi o nadzór nad

Poprawka

(56) W interesie skutecznego stosowania niniejszego rozporządzenia konieczne jest powierzenie organom nadzoru uprawnień do monitorowania i egzekwowania odpowiednich przepisów **oraz wyposażenie tych organów w zasoby wspólnie do takich dodatkowych zadań**. W zależności od systemu prawnego każdego państwa członkowskiego oraz zgodnie z obowiązującym prawem Unii, w tym rozporządzeniem (UE) 2016/679 oraz rozporządzeniem (UE) **2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**, w tym celu mogą zostać wyznaczone różne krajowe organy sądowe lub administracyjne.

Poprawka

(57) Jeżeli chodzi o nadzór nad

internetowymi usługami pośrednimi na podstawie niniejszego rozporządzenia, państwa członkowskie powinny wyznaczyć właściwe organy i dopilnować, aby nadzór ten był spójny z nadzorem prowadzonym przez właściwe organy wyznaczone na podstawie art. 38 rozporządzenia (UE) **[akt o usługach cyfrowych]**. Koordynatorzy ds. usług cyfrowych, zgodnie z rozporządzeniem (UE) **[akt o usługach cyfrowych]**, w każdym państwie członkowskim powinni w każdym przypadku być odpowiedzialni za zapewnienie koordynacji na szczeblu krajowym w odniesieniu do tych kwestii i w razie potrzeby nawiązywać współpracę transgraniczną z innymi koordynatorami ds. usług cyfrowych zgodnie z mechanizmami określonymi w rozporządzeniu (UE) **[akt o usługach cyfrowych]**. W ramach stosowania niniejszego rozporządzenia mechanizm ten powinien być ograniczony do współpracy krajowej koordynatorów ds. usług cyfrowych i nie powinien obejmować eskalacji do szczebla unijnego, jak przewidziano w rozporządzeniu (UE) **[akt o usługach cyfrowych]**.

Poprawka 86

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 58

Tekst proponowany przez Komisję

(58) **Państwa członkowskie powinny wyznaczyć właściwe organy** do nadzoru nad **tyimi** aspektami niniejszego rozporządzenia, które nie wchodzą w zakres kompetencji organów nadzorczych na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679 **oraz** rozporządzenia (UE) 2018/725. W celu wspierania przestrzegania podstawowych praw i wolności, praworządności, zasad demokracji i zaufania publicznego do nadzoru nad działalnością w zakresie

internetowymi usługami pośrednimi na podstawie niniejszego rozporządzenia, państwa członkowskie powinny wyznaczyć właściwe organy i dopilnować, aby nadzór ten był spójny z nadzorem prowadzonym przez właściwe organy wyznaczone na podstawie art. 38 rozporządzenia (UE) **2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**. Koordynatorzy ds. usług cyfrowych, zgodnie z rozporządzeniem (UE) **2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**, w każdym państwie członkowskim powinni w każdym przypadku być odpowiedzialni za zapewnienie koordynacji na szczeblu krajowym w odniesieniu do tych kwestii i w razie potrzeby nawiązywać współpracę transgraniczną z innymi koordynatorami ds. usług cyfrowych zgodnie z mechanizmami określonymi w rozporządzeniu (UE) **2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**. W ramach stosowania niniejszego rozporządzenia mechanizm ten powinien być ograniczony do współpracy krajowej koordynatorów ds. usług cyfrowych i nie powinien obejmować eskalacji do szczebla unijnego, jak przewidziano w rozporządzeniu (UE) **2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**.

Poprawka

(58) Do **celów** nadzoru nad aspektami niniejszego rozporządzenia, które nie wchodzą w zakres kompetencji organów nadzorczych na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679, rozporządzenia (UE) 2018/725 **oraz rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**, **państwa członkowskie powinny wyznaczyć właściwe organy, które będą monitorować i egzekwować odnośne przepisy**. W celu wspierania przestrzegania podstawowych praw i wolności, praworządności, zasad

reklamy politycznej konieczne jest, aby organy te były strukturalnie niezależne od zewnętrznej interwencji lub nacisków politycznych oraz posiadały odpowiednie uprawnienia do skutecznego monitorowania i podejmowania środków niezbędnych do zapewnienia zgodności z niniejszym rozporządzeniem, w szczególności z obowiązkami określonymi w art. 7. Państwa członkowskie mogą wyznaczyć – w szczególności – krajowe organy lub podmioty regulacyjne na podstawie art. 30 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE¹³.

¹³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (Dz.U. L 95 z 15.4.2010, s. 1).

Poprawka 87

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 58 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka 88

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 59

demokracji i zaufania publicznego do nadzoru nad działalnością w zakresie reklamy politycznej konieczne jest, aby organy te były strukturalnie niezależne od zewnętrznej interwencji lub nacisków politycznych oraz posiadały odpowiednie uprawnienia do skutecznego monitorowania i podejmowania środków niezbędnych do zapewnienia zgodności z niniejszym rozporządzeniem, w szczególności z obowiązkami określonymi w art. 7. Państwa członkowskie mogą wyznaczyć – w szczególności – krajowe organy lub podmioty regulacyjne na podstawie art. 30 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE¹³.

¹³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (Dz.U. L 95 z 15.4.2010, s. 1).

Poprawka

(58a) By właściwe organy, o których mowa w art. 15, oraz Europejska Rada Ochrony Danych mogły wykonywać swoje uprawnienia na mocy niniejszego rozporządzenia, należy zapewnić im wystarczające zasoby.

Tekst proponowany przez Komisję

(59) W przypadku gdy w prawie Unii istnieją już przepisy dotyczące przekazywania informacji właściwym organom oraz współpracy z tymi organami i między nimi, takie jak art. 9 rozporządzenia (UE) 2021/xxx [akt o usługach cyfrowych] lub przepisy zawarte w rozporządzeniu (UE) 2016/679, przepisy te powinny mieć zastosowanie odpowiednio do właściwych przepisów niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 89

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 60**

Tekst proponowany przez Komisję

(60) Organy właściwe do sprawowania nadzoru nad niniejszym rozporządzeniem powinny współpracować ze sobą zarówno na szczeblu krajowym, jak i na szczeblu unijnym, jak najlepiej wykorzystując istniejące struktury, w tym krajowe sieci współpracy, europejską sieć współpracy w dziedzinie wyborów, o której mowa w zaleceniu C(2018) 5949 final, oraz Europejską Grupę Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych ustanowioną na podstawie dyrektywy 2010/13/UE. Współpraca ta powinna ułatwiać szybką i bezpieczną wymianę informacji na temat kwestii związanych z wykonywaniem przez nie zadań w zakresie nadzoru i egzekwowania przepisów na podstawie niniejszego rozporządzenia, w tym poprzez wspólne wykrywanie naruszeń, wymianę ustaleń i wiedzy specjalistycznej oraz współpracę w zakresie stosowania i egzekwowania właściwych przepisów.

Poprawka

(59) W przypadku gdy w prawie Unii istnieją już przepisy dotyczące przekazywania informacji właściwym organom oraz współpracy z tymi organami i między nimi, takie jak art. 9 rozporządzenia (UE) **2022/2065 (akt o usługach *cyfrowych*)** lub przepisy zawarte w rozporządzeniu (UE) 2016/679, przepisy te powinny mieć zastosowanie odpowiednio do właściwych przepisów niniejszego rozporządzenia.

Poprawka

(60) Organy właściwe do sprawowania nadzoru nad niniejszym rozporządzeniem powinny współpracować ze sobą zarówno na szczeblu krajowym, jak i na szczeblu unijnym, jak najlepiej wykorzystując istniejące struktury, w tym krajowe sieci współpracy, europejską sieć współpracy w dziedzinie wyborów, o której mowa w zaleceniu C(2018) 5949 final, ***Europejską Radę ds. Usług Cyfrowych, o której mowa w rozporządzeniu (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)*** oraz Europejską Grupę Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych ustanowioną na podstawie dyrektywy 2010/13/UE. Współpraca ta powinna ułatwiać szybką i bezpieczną wymianę informacji na temat kwestii związanych z wykonywaniem przez nie zadań w zakresie nadzoru i egzekwowania przepisów na podstawie niniejszego rozporządzenia, w tym poprzez wspólne wykrywanie naruszeń, wymianę ustaleń i wiedzy specjalistycznej oraz współpracę w zakresie stosowania i egzekwowania właściwych przepisów.

Poprawka 90

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 60 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(60a) W europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów należy ustanowić stałą sieć krajowych punktów kontaktowych, która będzie służyć jako platforma regularnej wymiany informacji oraz zorganizowanej współpracy między krajowymi punktami kontaktowymi a Komisją w zakresie wszystkich aspektów niniejszego rozporządzenia. Powinna ona ściśle współpracować z Europejską Grupą Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych oraz z innymi właściwymi organami i sieciami.

Poprawka 91

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 61

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(61) W celu ułatwienia skutecznego stosowania obowiązków określonych w rozporządzeniu konieczne jest upoważnienie organów krajowych do żądania od dostawców usług odpowiednich informacji na temat przejrzystości reklamy politycznej. Informacje, które mają być przekazywane właściwym organom, mogą dotyczyć kampanii reklamowej, być zagregowane według lat lub dotyczyć konkretnych reklam. Aby zagwarantować, by wnioski o udzielenie takich informacji mogły być realizowane w sposób skuteczny i efektywny, a jednocześnie aby dostawcy usług reklamy politycznej nie byli narażeni na żadne niewspółmierne obciążenia, konieczne jest określenie pewnych warunków, które te wnioski powinny spełniać. W szczególności mając na uwadze konieczność zapewnienia terminowego nadzoru nad procesem

(61) W celu ułatwienia skutecznego stosowania obowiązków określonych w rozporządzeniu konieczne jest upoważnienie organów krajowych do żądania od dostawców usług odpowiednich informacji na temat przejrzystości reklamy politycznej. Informacje, które mają być przekazywane właściwym organom, mogą dotyczyć kampanii reklamowej, być zagregowane według lat lub dotyczyć konkretnych reklam. Aby zagwarantować, by wnioski o udzielenie takich informacji mogły być realizowane w sposób skuteczny i efektywny, a jednocześnie aby dostawcy usług reklamy politycznej nie byli narażeni na żadne niewspółmierne obciążenia, konieczne jest określenie pewnych warunków, które te wnioski powinny spełniać. W szczególności mając na uwadze konieczność zapewnienia terminowego nadzoru nad procesem

wyborczym, dostawcy usług reklamy politycznej powinni odpowiadać na wnioski właściwych organów niezwłocznie i nie później niż w ciągu 10 dni roboczych od otrzymania wniosku. Mając na uwadze pewność prawa oraz przestrzeganie prawa do obrony, wnioski o udzielenie informacji od właściwego organu powinny zawierać odpowiednie uzasadnienie oraz informacje o dostępnych środkach prawnych. Dostawcy usług reklamy politycznej powinni wyznaczyć punkty kontaktowe do kontaktów z właściwymi organami. Takie punkty kontaktowe mogą mieć charakter elektroniczny.

wyborczym, dostawcy usług reklamy politycznej powinni odpowiadać na wnioski właściwych organów niezwłocznie i nie później niż w ciągu 10 dni roboczych od otrzymania wniosku. ***Należy uznać, że naruszenie niniejszego rozporządzenia w ostatnim miesiącu poprzedzającym wybory lub referendum ma negatywny i poważny wpływ na prawa obywateli, w związku z czym dostawcy usług reklamy politycznej powinni przekazywać wymagane informacje bez zbędnej zwłoki, a jeżeli nie są mikroprzedsiębiorstwami ani małymi przedsiębiorstwami – nie później niż w ciągu 48 godzin.*** Mając na uwadze pewność prawa oraz przestrzeganie prawa do obrony, wnioski o udzielenie informacji od właściwego organu powinny zawierać odpowiednie uzasadnienie oraz informacje o dostępnych środkach prawnych. Dostawcy usług reklamy politycznej powinni wyznaczyć punkty kontaktowe do kontaktów z właściwymi organami. Takie punkty kontaktowe mogą mieć charakter elektroniczny.

Poprawka 92

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 62

Tekst proponowany przez Komisję

(62) Państwa członkowskie powinny wyznaczyć punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby niniejszego rozporządzenia. Punkt kontaktowy powinien, w miarę możliwości, być członkiem europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów. Punkt kontaktowy ma za zadanie ułatwiać współpracę właściwych organów między państwami członkowskimi w zakresie ich zadań związanych z nadzorem i egzekwowaniem przepisów, w szczególności poprzez pośredniczenie w kontaktach z punktami kontaktowymi w innych państwach członkowskich oraz z właściwymi organami w ich własnych państwach.

Poprawka

(62) Państwa członkowskie powinny wyznaczyć ***krajowy*** punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby niniejszego rozporządzenia. Punkt kontaktowy powinien, w miarę możliwości, być członkiem europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów. Punkt kontaktowy ma za zadanie ułatwiać współpracę właściwych organów między państwami członkowskimi w zakresie ich zadań związanych z nadzorem i egzekwowaniem przepisów, w szczególności poprzez pośredniczenie w kontaktach z punktami kontaktowymi w innych państwach członkowskich oraz z ***innymi*** właściwymi organami w ich własnych państwach.

Poprawka 93

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 63

Tekst proponowany przez Komisję

(63) Władze państw członkowskich powinny zadbać o to, aby naruszenia obowiązków ustanowionych w niniejszym rozporządzeniu podlegały sankcjom w postaci administracyjnych kar pieniężnych lub kar finansowych. W tym celu powinny wziąć pod uwagę charakter, wagę, powtarzalność i czas trwania naruszenia, mając na uwadze interes publiczny, zakres i rodzaj prowadzonej działalności, jak również możliwości ekonomiczne sprawcy naruszenia. W tym kontekście należy wziąć pod uwagę kluczową rolę, jaką **odgrywają** obowiązki **ustanowione** w art. 7 dla skutecznej realizacji celów niniejszego rozporządzenia. Ponadto powinny one wziąć pod uwagę, czy dany dostawca usług systematycznie lub regularnie nie wypełnia swoich obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia, w tym poprzez opóźnianie dostarczania informacji zainteresowanym podmiotom, a także, w stosownych przypadkach, czy dostawca usług reklamy politycznej prowadzi działalność w kilku państwach członkowskich. Kary finansowe i administracyjne kary pieniężne powinny być w każdym poszczególnym przypadku skuteczne, proporcjonalne i mieć charakter odstraszający, z należytym uwzględnieniem zapewnienia wystarczających i dostępnych zabezpieczeń proceduralnych, a w szczególności zapewnienia otwartości i dostępności debaty politycznej.

Poprawka

(63) Władze państw członkowskich powinny zadbać o to, aby naruszenia obowiązków ustanowionych w niniejszym rozporządzeniu podlegały sankcjom w postaci administracyjnych kar pieniężnych lub kar finansowych. W tym celu powinny wziąć pod uwagę charakter, wagę, powtarzalność i czas trwania naruszenia, mając na uwadze interes publiczny, zakres i rodzaj prowadzonej działalności, jak również **wielkość i** możliwości ekonomiczne sprawcy naruszenia. W tym kontekście należy wziąć pod uwagę kluczową rolę, jaką obowiązki **określone** w art. **3a, 5, 7, 7a, 7b i 12 odgrywają** dla skutecznej realizacji celów niniejszego rozporządzenia, **a naruszenia tych artykułów należy uznać za szczególnie poważne**. Ponadto powinny one wziąć pod uwagę, czy dany dostawca usług systematycznie lub regularnie nie wypełnia swoich obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia, w tym poprzez opóźnianie dostarczania informacji zainteresowanym podmiotom, a także, w stosownych przypadkach, czy dostawca usług reklamy politycznej prowadzi działalność w kilku państwach członkowskich. Kary finansowe i administracyjne kary pieniężne powinny być w każdym poszczególnym przypadku skuteczne, proporcjonalne i mieć charakter odstraszający, z należytym uwzględnieniem zapewnienia wystarczających i dostępnych zabezpieczeń proceduralnych, a w szczególności zapewnienia otwartości i dostępności debaty politycznej.

Poprawka 94

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 63 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(63a) Państwa członkowskie powinny ustanowić przepisy dotyczące kar, w tym administracyjnych kar pieniężnych i grzywien, stosowanych w przypadku naruszeń niniejszego rozporządzenia, oraz powinny zapewnić skuteczne egzekwowanie tych przepisów. Przewidziane kary i grzywny muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające. Państwa członkowskie mogą również nakładać okresowe kary pieniężne za poważne i powtarzające się naruszenia niniejszego rozporządzenia. Na szczeblu unijnym sieć krajowych punktów kontaktowych powinna ułatwiać opracowanie zharmonizowanego podejścia do sankcji mających zastosowanie na szczeblu krajowym.

Poprawka 95

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 65

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(65) Państwa członkowskie powinny publikować informacje o dokładnym czasie trwania ich okresów wyborczych, ustalonym zgodnie z ich tradycjami wyborczymi, z odpowiednim wyprzedzeniem przed rozpoczęciem kalendarza wyborczego.

(65) Państwa członkowskie powinny publikować informacje o dokładnym czasie trwania ich okresów wyborczych, ustalonym zgodnie z ich **prawodawstwem i** tradycjami wyborczymi, z odpowiednim wyprzedzeniem przed rozpoczęciem kalendarza wyborczego.

Poprawka 96

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 67

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(67) W ciągu dwóch lat po każdym

(67) W ciągu dwóch lat po każdym

wyborach do Parlamentu Europejskiego Komisja powinna przedstawić publiczne sprawozdanie z oceny i przeglądu niniejszego rozporządzenia. Przygotowując to sprawozdanie, Komisja powinna również wziąć pod uwagę stosowanie niniejszego rozporządzenia w kontekście innych wyborów i referendów odbywających się w Unii. W sprawozdaniu należy dokonać między innymi przeglądu dalszej przydatności przepisów załączników do niniejszego rozporządzenia oraz rozważyć potrzebę ich weryfikacji.

wyborach do Parlamentu Europejskiego Komisja powinna przedstawić publiczne sprawozdanie z oceny i przeglądu niniejszego rozporządzenia. Przygotowując to sprawozdanie, Komisja powinna wziąć pod uwagę stosowanie niniejszego rozporządzenia w kontekście innych wyborów i referendów odbywających się w Unii. W sprawozdaniu należy dokonać między innymi przeglądu dalszej przydatności przepisów niniejszego rozporządzenia i załączników do niego oraz rozważyć potrzebę ich weryfikacji. ***W szczególności Komisja powinna ocenić adekwatność zakresu i definicji oraz skuteczność obowiązków, zarządzania i przepisów dotyczących egzekwowania, między innymi w świetle postępu technologicznego, rozwoju sytuacji rynkowej i nowych dowodów naukowych.***

Poprawka 97

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 68 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

(68a) Aby zagwarantować wysoki poziom przejrzystości i lepszą ochronę danych osobowych w odniesieniu do reklamy politycznej w kontekście wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2024 r., dostawcy usług reklamy politycznej powinni zapewnić natychmiastowe przestrzeganie wymogów dotyczących oznakowania i ogłoszeń o przejrzystości, niezależnie od dostępności dodatkowych elementów, które mają zostać dostarczone przez Komisję. Wydawcy reklamy politycznej powinni czynić wszystko, co w ich mocy, aby zapewnić dostępność ogłoszeń o przejrzystości, niezależnie od dostępności europejskiego repozytorium reklamy politycznej online.

Poprawka 98

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 70

Tekst proponowany przez Komisję

(70) Niniejsze rozporządzenie pozostaje bez uszczerbku dla przepisów ustanowionych w szczególności dyrektywą 2000/31/WE, w tym przepisów dotyczących odpowiedzialności dostawców usług pośrednich, o których mowa w art. 12–15 tej dyrektywy, zmienionych rozporządzeniem (UE) 2021/xxx **[akt o usługach cyfrowych]**, rozporządzeniem (UE) 2021/xxx **[akt o rynkach cyfrowych]**, dyrektywą 2002/58/WE **i rozporządzeniem (UE) XXX [rozporządzenie w sprawie prywatności i łączności elektronicznej]**, a także dyrektywą (UE) 2010/13, dyrektywą 2000/31/WE, dyrektywą **2002/58/WE**, **dyrektywą** 2005/29/WE, dyrektywą 2011/83/UE, dyrektywą 2006/114/WE, dyrektywą 2006/123/WE i rozporządzeniem (UE) 2019/1150.

Poprawka

(70) Niniejsze rozporządzenie pozostaje bez uszczerbku dla przepisów ustanowionych w szczególności dyrektywą 2000/31/WE, w tym przepisów dotyczących odpowiedzialności dostawców usług pośrednich, o których mowa w art. 12–15 tej dyrektywy, zmienionych rozporządzeniem (UE) 2022/2065 **(akt o usługach cyfrowych)**, rozporządzeniem (UE) 2022/1925 **(akt o rynkach cyfrowych)**, dyrektywą 2002/58/WE, a także dyrektywą 2010/13/UE, dyrektywą 2000/31/WE, dyrektywą 2005/29/WE, dyrektywą 2011/83/UE, dyrektywą 2006/114/WE, dyrektywą 2006/123/WE i rozporządzeniem (UE) 2019/1150. **Niniejsze rozporządzenie powinno uzupełniać dorobek prawny Unii w dziedzinie ochrony danych, zwłaszcza rozporządzenia (UE) 2016/679 i (UE) 2018/1725 oraz dyrektywę 2002/58/WE, oraz wprowadzać do nich szczegółowe przepisy o ochronie danych. Niniejsze rozporządzenie nie jest podstawą prawną spełniającą wymogi określone w art. 6 rozporządzenia (UE) 2016/679 lub w art. 5 rozporządzenia (UE) 2018/1725 dla przetwarzania danych osobowych na potrzeby reklamy politycznej.**

Poprawka 99

Wniosek dotyczący rozporządzenia Motyw 71

Tekst proponowany przez Komisję

(71) Zgodnie z art. 42 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2018/1725 skonsultowano się z Europejskim Inspektorem Ochrony Danych, który wydał

Poprawka

(71) Zgodnie z art. 42 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2018/1725 skonsultowano się z Europejskim Inspektorem Ochrony Danych, który wydał

opinię w dniu XX.XX.2022 r.,

opinię 20 stycznia 2022 r.,

Poprawka 100

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 1 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję

1. W niniejszym rozporządzeniu ustanawia się:

Poprawka

1. W niniejszym rozporządzeniu ustanawia się **zharmonizowane przepisy dotyczące:**

Poprawka 101

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 1 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) **zharmonizowane obowiązki** przejrzystości **dla** dostawców usług reklamy politycznej **i usług powiązanych w zakresie** zatrzymywania, ujawniania i publikowania informacji związanych ze świadczeniem takich usług;

Poprawka

a) **świadczenia usług reklamy politycznej oraz przejrzystości i należytej staranności sponsorów i** dostawców usług reklamy politycznej, **które wymagają od nich dostarczania, gromadzenia, zatrzymywania, ujawniania i publikowania informacji związanych ze świadczeniem takich usług na rynku wewnętrznym;**

Poprawka 102

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 1 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) **zharmonizowane zasady dotyczące** stosowania technik targetowania i **amplifikacji w kontekście publikacji, rozpowszechniania lub promocji** reklamy politycznej, **które wiążą się z wykorzystaniem** danych osobowych.

Poprawka

b) stosowania technik targetowania i **dostarczania reklamy w związku z przygotowywaniem, zamieszczaniem, promocją, publikacją, dostarczaniem lub rozpowszechnianiem** reklamy politycznej, **w kontekście świadczenia usług reklamy politycznej, co obejmuje przetwarzanie** danych osobowych;

Poprawka 103

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 1 – litera b a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ba) nadzoru nad przestrzeganiem niniejszego rozporządzenia i egzekwowania niniejszego rozporządzenia, w tym w odniesieniu do współpracy i koordynacji między właściwymi organami.

Poprawka 104

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. Niniejsze rozporządzenie ma zastosowanie do reklamy politycznej przygotowywanej, zamieszczanej, promowanej, publikowanej lub rozpowszechnianej w Unii lub kierowanej do osób fizycznych w jednym lub kilku państwach członkowskich, niezależnie od miejsca prowadzenia działalności przez dostawcę usług reklamowych i niezależnie od wykorzystanych środków.

2. Niniejsze rozporządzenie ma zastosowanie do reklamy politycznej **sponsorowanej**, przygotowywanej, zamieszczanej, promowanej, publikowanej, **dostarczanej** lub rozpowszechnianej w Unii lub kierowanej do osób fizycznych w jednym lub kilku państwach członkowskich, niezależnie od miejsca prowadzenia działalności przez **danego sponsora lub** dostawcę usług reklamowych i niezależnie od wykorzystanych środków.

Poprawka 105

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2a. Za reklamę polityczną nie uznaje się poglądów i opinii politycznych ani innych treści redakcyjnych wyrażanych w ramach odpowiedzialności redakcyjnej dostawcy usług medialnych, chyba że przewidziano zapłatę lub inne wynagrodzenie za ich przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację,

dostarczenie lub rozpowszechnianie przez osoby trzecie.

Poprawka 106

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 3 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) przyczynienie się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego w zakresie usług reklamy politycznej i usług powiązanych;

Poprawka

a) przyczynienie się do **harmonizacji i** właściwego funkcjonowania **przejrzystego, bezpiecznego, przewidywalnego i wiarygodnego** rynku wewnętrznego w zakresie usług reklamy politycznej i usług powiązanych;

Poprawka 107

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 3 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) ochrona osób fizycznych w zakresie przetwarzania danych osobowych.

Poprawka

b) ochrona **podstawowych praw i wolności zapisanych w prawie Unii i prawie krajowym, w tym w Karcie praw podstawowych, a w szczególności ochrona** osób fizycznych w zakresie **prawa do prywatności i** przetwarzania danych osobowych.

Poprawka 108

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 4 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) dyrektywy 2002/58/WE **i rozporządzenia (UE) XXX [rozporządzenie w sprawie prywatności i łączności elektronicznej];**

Poprawka

b) dyrektywy 2002/58/WE;

Poprawka 109

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 – litera f

Tekst proponowany przez Komisję

f) dyrektywy (UE) 2010/13;

Poprawka

f) dyrektywy 2010/13/UE;

Poprawka 110

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 – litera i
1

Tekst proponowany przez Komisję

i) rozporządzenia (UE) 2021/xxx [akt o usługach cyfrowych].

Poprawka

i) rozporządzenia **Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych oraz zmiany dyrektywy 2000/31/WE (akt o usługach cyfrowych), Dz.U. L 277 z 27.10.2022, s. 1;**

Poprawka 111

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 – litera i a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ia) rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/1925 z dnia 14 września 2022 r. w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym oraz zmiany dyrektyw (UE) 2019/1937 i (UE) 2020/1828 (akt o rynkach cyfrowych), Dz.U. L 265 z 12.10.2022, s. 1.

Poprawka 112

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

4a. *Przepisy o ochronie danych przy przetwarzaniu danych osobowych zapisane w niniejszym rozporządzeniu uznaje się za szczegółowe przepisy o ochronie danych w stosunku do przepisów ogólnych określonych w rozporządzeniach (UE) 2016/679 i (UE) 2018/1725. Żadnego z przepisów niniejszego rozporządzenia nie można stosować ani interpretować tak, by zmniejszyć lub ograniczyć poziom ochrony zapewniany przez prawo do poszanowania życia prywatnego i ochrony danych osobowych oraz prawo do wolności wypowiedzi chronione w Karcie praw podstawowych i w prawie Unii dotyczącym ochrony danych i prywatności, zwłaszcza na mocy rozporządzeń (UE) 2016/679 i (UE) 2018/1725.*

Poprawka 113

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 1 – ustęp 4 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

4b. *Niniejsze rozporządzenie nie ma wpływu na treść reklamy politycznej ani na przepisy Unii lub państw członkowskich regulujące treść reklamy politycznej, okresy wyborcze oraz organizację i prowadzenie kampanii politycznych.*

Poprawka 114

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 2 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. „działalność w zakresie reklamy politycznej” oznacza przygotowanie, zamieszczanie, promowanie, publikację lub

2. „działalność w zakresie reklamy politycznej” oznacza przygotowanie, zamieszczanie, promowanie, publikację,

rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób przekazu:

dostarczanie lub rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób przekazu:

Poprawka 115

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 2 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny **lub sposób głosowania**.

Poprawka

b) który może mieć wpływ na **sposób głosowania lub** wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny;

Poprawka 116

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera d

Tekst proponowany przez Komisję

d) kandydata na dowolny urząd wybieralny na szczeblu **europejskim**, krajowym, regionalnym lub lokalnym lub na jedno ze stanowisk kierowniczych w partii politycznej;

Poprawka

d) kandydata na dowolny urząd wybieralny na szczeblu **unijnym**, krajowym, regionalnym lub lokalnym lub na jedno ze stanowisk kierowniczych w partii politycznej **lub osobę sprawującą taki urząd lub pełniącą taką funkcję**;

Poprawka 117

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera e

Tekst proponowany przez Komisję

e) **urzędnika wybranego w instytucji publicznej na szczeblu europejskim, krajowym, regionalnym lub lokalnym;**

Poprawka

skreśla się

Poprawka 118

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera f

Tekst proponowany przez Komisję

f) niewybieranego członka rządu na szczeblu **europejskim** , krajowym, regionalnym lub lokalnym;

Poprawka

f) niewybieranego członka rządu na szczeblu **unijnym** , krajowym, regionalnym lub lokalnym;

Poprawka 119

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera g**

Tekst proponowany przez Komisję

g) organizację kampanii politycznej, posiadającą osobowość prawną lub jej nieposiadającą, utworzoną w celu **osiągnięcia określonego wyniku w wyborach** lub **referendum** ;

Poprawka

g) organizację kampanii politycznej, posiadającą osobowość prawną lub jej nieposiadającą, utworzoną w celu **wywarcia wpływu na wynik wyborów, referendum lub procesu ustawodawczego** lub **regulacyjnego** ;

Poprawka 120

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 4 – litera h**

Tekst proponowany przez Komisję

h) dowolną osobę fizyczną lub prawną reprezentującą dowolną z osób lub organizacji **wymienionych** w lit. a)–g) lub działającą w ich imieniu, wspierającą cele polityczne którejkolwiek z nich.

Poprawka

h) dowolną osobę fizyczną lub prawną reprezentującą dowolną z osób lub organizacji, **o których mowa** w lit. a)–g), lub działającą w ich imieniu, wspierającą cele polityczne którejkolwiek z nich.

Poprawka 121

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 5**

Tekst proponowany przez Komisję

5. „usługa reklamy politycznej” oznacza usługę polegającą na reklamie politycznej, z wyjątkiem internetowych usług pośrednich w rozumieniu art. 2 lit. **f**) rozporządzenia (UE) **2021/XXX [akt** o usługach **cyfrowych]**, świadczoną bez

Poprawka

5. „usługa reklamy politycznej” oznacza usługę polegającą na reklamie politycznej, z wyjątkiem internetowych usług pośrednich w rozumieniu art. 3 lit. **g**) rozporządzenia (UE) **2022/2065 (akt** o usługach **cyfrowych)**, świadczoną bez

wynagrodzenia za zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie określonego przekazu;

wynagrodzenia za **przygotowanie**, zamieszczenie, **promocję**, publikację, **dostarczanie** lub rozpowszechnianie określonego przekazu;

Poprawka 122

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 5 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

5a. „dostawca usług reklamy politycznej” oznacza osobę fizyczną lub prawną zajmującą się świadczeniem usług reklamy politycznej, z wyjątkiem usług czysto pomocniczych;

Poprawka 123

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 6

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

6. „kampania reklamy politycznej” oznacza przygotowanie, zamieszczanie, promocję, publikację lub rozpowszechnianie serii powiązanych ze sobą reklam w ramach umowy dotyczącej reklamy politycznej, na podstawie wspólnego przygotowania, sponsorowania lub finansowania;

6. „kampania reklamy politycznej” oznacza przygotowanie, zamieszczanie, promocję, publikację, **dostarczanie** lub rozpowszechnianie serii powiązanych ze sobą reklam w ramach umowy dotyczącej reklamy politycznej, na podstawie wspólnego przygotowania, sponsorowania lub finansowania;

Poprawka 124

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 6 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

6a. „bardzo duża platforma internetowa” oznacza platformę internetową, którą wskazano jako bardzo dużą platformę internetową zgodnie z art. 33 ust. 4 rozporządzenia (UE) 2022/2065

(akt o usługach cyfrowych);

Poprawka 125

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 6 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

6b. „bardzo duża wyszukiwarka internetowa” oznacza wyszukiwarkę internetową, którą wskazano jako bardzo dużą wyszukiwarkę internetową zgodnie z art. 33 ust. 4 rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych);

Poprawka 126

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 7

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

7. „sponsor” oznacza osobę fizyczną lub prawną, w imieniu której reklama polityczna jest przygotowywana, zamieszczana, publikowana lub rozpowszechniana;

7. „sponsor” oznacza osobę fizyczną lub prawną, w imieniu której reklama polityczna jest przygotowywana, zamieszczana, **promowana**, publikowana, **dostarczana** lub rozpowszechniana;

Poprawka 127

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 8

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

8. „techniki targetowania **lub amplifikacji**” oznaczają techniki stosowane w celu **skierowania dostosowanej do potrzeb** reklamy politycznej wyłącznie do określonej osoby lub grupy osób albo w celu **zwiększenia obiegu, zasięgu lub widoczności reklamy politycznej**;

8. „techniki targetowania” oznaczają techniki stosowane **przez sponsorów, wydawców reklamy politycznej lub dostawców usług reklamowych** w celu **dostosowania** reklamy politycznej wyłącznie do określonej osoby lub grupy osób albo w celu **wykluczenia danych osób z wykorzystaniem przetwarzania danych osobowych, zwłaszcza w wyniku gromadzenia ich danych**;

Poprawka 128

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 8 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

8a. „techniki dostarczania reklamy” oznaczają zautomatyzowane techniki przetwarzania danych osobowych, zazwyczaj bazujące na algorytmach lub na automatycznym przetwarzaniu danych i stosowane przez wydawców reklamy politycznej lub dostawców usług reklamy politycznej uczestniczących w promocji, publikacji i rozpowszechnianiu reklamy politycznej do wskazania konkretnej grupy odbiorców w potencjalnej grupie odbiorców określonej przez sponsorów i dostawców usług reklamowych działających w imieniu sponsorów;

Poprawka 129

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 9

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

9. „okres wyborczy” oznacza okres poprzedzający wybory lub referendum w państwie członkowskim lub następujący bezpośrednio po nich, podczas którego działania związane z kampanią podlegają szczególnym zasadom;

9. „okres wyborczy” oznacza okres poprzedzający wybory lub referendum w państwie członkowskim lub następujący bezpośrednio po nich, **zgodnie z prawem krajowym**, podczas którego działania związane z kampanią podlegają szczególnym zasadom;

Poprawka 130

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 1 – punkt 11

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

11. „wydawca reklamy politycznej” oznacza **osobę fizyczną lub prawną, która**

11. „wydawca reklamy politycznej” oznacza **dostawcę usług reklamy**

nadaje, udostępnia za pośrednictwem interfejsu lub w inny sposób udostępnia publicznie reklamę polityczną za pośrednictwem dowolnego medium;

politycznej, który promuje, publikuje, dostarcza lub rozpowszechnia reklamę polityczną za pośrednictwem dowolnego medium;

Poprawka 131

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 2 – akapit 2

Tekst proponowany przez Komisję

Do celów ust. 1 pkt 2 przekazy pochodzące z oficjalnych źródeł **dotyczące organizacji i warunków udziału w wyborach lub referendum lub promujące udział w wyborach lub referendach nie stanowią działalności w zakresie reklamy politycznej.**

Poprawka

Do celów ust. 1 pkt 2 przekazy pochodzące z oficjalnych źródeł **nie stanowią działalności w zakresie reklamy politycznej, jeżeli są ściśle ograniczone do ogłoszenia o wyborach lub referendach lub** warunków udziału w wyborach lub referendach.

Poprawka 132

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 3 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

1. Państwa członkowskie nie utrzymują ani nie wprowadzają, z powodów związanych z przejrzystością, przepisów ani środków odbiegających od tych ustanowionych w niniejszym rozporządzeniu.

Poprawka

1. Państwa członkowskie nie utrzymują ani nie wprowadzają, z powodów związanych z przejrzystością **działalności w zakresie reklamy politycznej**, przepisów ani środków odbiegających od tych ustanowionych w niniejszym rozporządzeniu.

Poprawka 133

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 3 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Świadczenie usług reklamy politycznej nie jest zabronione ani ograniczone z powodów związanych z przejrzystością, jeżeli spełnione są

Poprawka

2. Świadczenie usług reklamy politycznej nie jest zabronione ani ograniczone, **w tym geograficznie**, z powodów związanych z przejrzystością, jeżeli spełnione są wymogi niniejszego

wymogi niniejszego rozporządzenia.

rozporządzenia.

Poprawka 134

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł 3a

Świadczenie usług reklamy politycznej w Unii

1. Dostawcy usług reklamy politycznej nie dyskryminują sponsorów ze względu na ich miejsce zamieszkania lub, w stosownych przypadkach, miejsce siedziby, gdy sponsorzy ci wnioskuje o reklamę polityczną w Unii, zawierają lub zawarły umowę w tym zakresie.

2. W drodze wyjątku od ust. 1, usługi reklamy politycznej świadczone są wyłącznie na rzecz sponsora lub dostawcy usług działającego w imieniu sponsora, który jest obywatelem Unii lub osobą fizyczną lub prawną mającą miejsce zamieszkania lub siedzibę w Unii.

3. Świadczenie transgranicznych usług reklamy politycznej na rzecz europejskich partii politycznych w rozumieniu rozporządzenia [rozporządzenie w sprawie partii politycznych] nie podlega ograniczeniom innym niż te przewidziane w niniejszym rozporządzeniu lub w innych aktach prawa Unii lub prawa krajowego, w stosownych przypadkach.

Poprawka 135

Wniosek dotyczący rozporządzenia Rozdział II – tytuł

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

**OBOWIĄZKI PRZEJRZYSTOŚCI W
ODNIESIENIU DO USŁUG REKLAMY
POLITYCZNEJ**

**OBOWIĄZKI PRZEJRZYSTOŚCI I
NALEŻYTEJ STARANNOŚCI W
ODNIESIENIU DO USŁUG REKLAMY**

Poprawka 136

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – nagłówek**

Tekst proponowany przez Komisję

Przejrzystość

Poprawka

Obowiązki przejrzystości i należytej staranności w odniesieniu do usług reklamy politycznej

Poprawka 137

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – akapit 1**

Tekst proponowany przez Komisję

Usługi reklamy politycznej świadczy się w sposób przejrzysty, zgodnie z obowiązkami określonymi w art. 5–11 i 14 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka

Usługi reklamy politycznej świadczy się w sposób przejrzysty, zgodnie z obowiązkami określonymi w art. 4–11 i **art.** 14 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 138

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 4 – akapit 1 a (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Dostawcy usług reklamy politycznej zapewniają, aby w umowach zawieranych o świadczenie usług reklamy politycznej wyraźnie określono, w jaki sposób mają być skutecznie przestrzegane odpowiednie przepisy niniejszego rozporządzenia, w tym dotyczące należytej staranności i podziału odpowiedzialności za świadczenie usług, a także kompletność i dokładność informacji.

Poprawka 139

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

1. Dostawcy usług reklamowych zwracają się do sponsorów i dostawców usług reklamowych działających w imieniu sponsorów o złożenie oświadczenia, czy usługa reklamowa, której wykonania żądają od dostawcy usług, stanowi usługę reklamy politycznej w rozumieniu art. 2 ust. 5. Sponsorzy i dostawcy usług reklamowych działający w imieniu sponsorów składają takie oświadczenie.

Poprawka

1. Dostawcy usług reklamowych zwracają się do sponsorów i dostawców usług reklamowych działających w imieniu sponsorów o złożenie oświadczenia, czy usługa reklamowa, której wykonania żądają od dostawcy usług, stanowi usługę reklamy politycznej w rozumieniu art. 2 ust. 5. Sponsorzy i dostawcy usług reklamowych działający w imieniu sponsorów składają takie **jasno sformułowane** oświadczenie **w dobrej wierze oraz odpowiadają za jego prawdziwość**.

Poprawka 140

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1a. Dostawcy usług reklamowych, którzy otrzymują od sponsora lub dostawcy usług działającego w imieniu sponsora oświadczenie, że reklama stanowi reklamę polityczną, dokładają wszelkich starań, aby oświadczenia takie były zgodne z ust. 1 przed rozpoczęciem świadczenia usługi.

Poprawka 141

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Dostawcy usług reklamy politycznej dbają o to, aby ustalenia umowne zawarte w celu świadczenia usług reklamy politycznej **określały sposób, w jaki przestrzegane są odpowiednie przepisy niniejszego rozporządzenia**.

Poprawka

2. Dostawcy usług reklamy politycznej dbają o to, aby ustalenia umowne zawarte w celu świadczenia usług reklamy politycznej **przewidywały wymóg nakładający na sponsora i, w stosownych przypadkach, dostawców usług**

reklamowych działających w imieniu sponsora obowiązek przekazania informacji niezbędnych do celów przestrzegania przepisów art. 6 ust. 1, art. 7 ust. 1 i art. 7a ust. 1, stosownie do przypadku.

Sponsorzy dostarczają informacje niezbędne do spełnienia wymogów art. 6 ust. 1 lit. ca) i d), art. 7 ust. 1 lit. a), b) i ba), art. 7a ust. 1 lit. a) i b) oraz zapewniają ich dokładność.

Sponsorzy lub, w stosownych przypadkach, dostawcy usług reklamowych działający w imieniu sponsorów dostarczają informacje niezbędne do spełnienia wymogów art. 6 ust. 1 lit. a), b), ba), c) i da), art. 7a ust. 1 lit. c), d) i e) oraz zapewniają ich dokładność.

Sponsorzy i dostawcy usług reklamowych działający w imieniu sponsorów przekazują te informacje w sposób terminowy, kompletny i dokładny.

Poprawka 142

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 5 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2a. Dostawcy usług reklamowych zobowiązują sponsorów lub dostawców usług reklamowych działających w imieniu sponsorów, którzy złożyli oświadczenie lub informacje zgodnie z niniejszym artykułem, które są w sposób oczywisty błędne, do poprawienia oświadczeń i informacji. Sponsorzy i dostawcy usług reklamowych działający w imieniu sponsorów niezwłocznie reagują na takie żądanie.

Poprawka 143

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 2 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2b. W stosownych przypadkach dostawcy usług reklamowych opracowują i organizują swój interfejs internetowy w sposób umożliwiający sponsorom i dostawcom usług reklamowych działającym w imieniu sponsorów wypełnianie ich obowiązków, o których mowa w ust. 1 niniejszego artykułu i w art. 6 ust. 1.

Poprawka 144

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 – ustęp 2 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2c. Wydawcy reklamy politycznej, którzy są również bardzo dużymi platformami internetowymi oraz bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi z należytą starannością określają, analizują i oceniają każde ryzyko systemowe, które stwarzają świadczone przez nie usługi reklamy politycznej w kontekście oceny ryzyka zgodnie z art. 34 rozporządzenia (UE) 2022/2065 [akt o usługach cyfrowych] oraz wprowadzają rozsądne, proporcjonalne i skuteczne środki zaradcze zgodnie z art. 35 rozporządzenia (UE) 2022/2065 [akt o usługach cyfrowych] w celu przeciwdziałania temu ryzyku.

Poprawka 145

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 5 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł 5a

Identyfikacja reklamy politycznej

W celu ustalenia, czy dany przekaz jest działalnością w zakresie reklamy politycznej w rozumieniu art. 2 ust. 2 lit. b), uwzględnia się wszystkie jego cechy, a w szczególności:

- a) treść przekazu;*
- b) sponsora przekazu;*
- c) język pisany lub mówiony zastosowany w przekazie;*
- d) formę lub środki, za pomocą których przekaz jest przygotowywany, zamieszczany, promowany, publikowany, dostarczany lub rozpowszechniany;*
- e) grupę docelową;*
- f) kontekst przekazu, w tym okres rozpowszechniania, na przykład okres wyborczy lub referendalny, bądź też rozpowszechnianie przekazu podczas procesu ustawodawczego lub regulacyjnego;*
- g) cel przekazu.*

Komisja opracuje wspólne wytyczne, które mają pomóc we właściwym stosowaniu niniejszego artykułu.

Poprawka 146

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję

Prowadzenie rejestrów i przekazywanie informacji

Poprawka

Prowadzenie rejestrów i przekazywanie informacji *wydawcy reklamy politycznej*

Poprawka 147

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję

1. Dostawcy usług reklamy

Poprawka

1. Dostawcy usług reklamy

politycznej zachowują informacje, które gromadzą w ramach świadczenia swoich usług, dotyczące:

politycznej zachowują informacje, które gromadzą w ramach świadczenia swoich usług, **w zakresie niezbędnym do zapewnienia zgodności z niniejszym rozporządzeniem**, dotyczące:

Poprawka 148

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) konkretnej usługi lub usług świadczonych w związku z działalnością w zakresie reklamy politycznej;

Poprawka

b) konkretnej usługi lub usług, **które wyświadczyli** w związku z działalnością w zakresie reklamy politycznej;

Poprawka 149

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – litera b a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ba) daty rozpoczęcia oraz, o ile to możliwe, okresu, w którym usługa lub usługi były świadczone;

Poprawka 150

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję

c) kwot, na które wystawili faktury za taką usługę lub takie usługi, oraz wartości innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za świadczoną usługę lub usługi; **oraz**

Poprawka

c) kwot, na które wystawili faktury za taką usługę lub takie usługi, oraz wartości innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za świadczoną usługę lub usługi;

Poprawka 151

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ca) informacje na temat publicznego lub prywatnego pochodzenia tych kwot i innych korzyści, a także tego, czy pochodzą one z Unii czy spoza niej;

Poprawka 152

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – litera d

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

d) w stosownych przypadkach, tożsamości *sponsora i jego* danych kontaktowych.

d) *tożsamości sponsora reklamy politycznej i jego danych kontaktowych oraz*, w stosownych przypadkach, tożsamości *i* danych kontaktowych *osoby prawnej lub fizycznej, która ostatecznie kontroluje sponsora, a w przypadku osób prawnych, miejsca siedziby. oraz*

Poprawka 153

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 1 – litera d a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

da) w stosownych przypadkach, wskazanie wyborów lub referendów, z którymi dana reklama polityczna jest związana.

Poprawka 154

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. Informacje, o których mowa w ust. 1, przekazywane są na piśmie *i mogą być przekazywane* w formie elektronicznej. Informacje takie są przechowywane przez okres *pięciu* lat od

2. Informacje, o których mowa w ust. 1, przekazywane są *zarówno* na piśmie, *jak i* w formie elektronicznej. Informacje takie są przechowywane *w formie nadającym się do odczytu*

daty ostatniego przygotowania, zamieszczenia, opublikowania lub rozpowszechnienia, w zależności od przypadku.

maszynowego przez okres **dziesięciu** lat od daty ostatniego przygotowania, zamieszczenia, **promowania**, opublikowania, **dostarczenia** lub rozpowszechnienia, w zależności od przypadku.

Poprawka 155

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję

3. Dostawcy usług reklamy politycznej dbają o to, aby informacje, o których mowa w ust. 1, były przekazywane wydawcy reklamy politycznej, który będzie rozpowszechniał reklamę polityczną, w celu umożliwienia wydawcom reklamy politycznej wypełniania ich obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia. **Informacje te muszą być przekazywane terminowo i dokładnie, zgodnie z najlepszymi praktykami i normami branżowymi, przy użyciu znormalizowanego, zautomatyzowanego procesu, jeżeli jest to technicznie możliwe.**

Poprawka

3. Dostawcy usług reklamy politycznej dbają o to, aby informacje, o których mowa w ust. 1, były przekazywane **w terminie i w sposób dokładny** wydawcy reklamy politycznej, który będzie **zamieszczał, promował, publikował, dostarczał lub** rozpowszechniał reklamę polityczną, aby umożliwić wydawcom reklamy politycznej wypełnianie obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia. **Dostawcy usług reklamy politycznej dokładają należytych starań, by zapewnić kompletność i ścisłość informacji przechowywanych na podstawie ust. 1.**

Jeżeli wydawca reklamy politycznej jest jedynym dostawcą usług reklamy politycznej, sponsor przekazuje istotne informacje wydawcy reklamy politycznej.

Poprawka 156

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

3a. Jeżeli dostawca usług reklamy politycznej świadczy usługę, przekazuje również odpowiedniemu wydawcy reklamy politycznej informacje przechowywane na mocy ust. 1 zgodnie z najlepszymi praktykami i standardami branżowymi,

*jeżeli jest to technicznie możliwe przy
użyciu znormalizowanego i
zautomatyzowanego procesu.*

Poprawka 157

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 6 – ustęp 3 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

3b. Jeżeli dostawcy usług reklamy politycznej dowiadują się, że informacje, które przekazali wydawcy reklamy politycznej, zostały zaktualizowane, dopilnowują, aby zaktualizowane informacje zostały przekazane wydawcy reklamy politycznej.

Poprawka 158

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Wymogi *przejrzystości w odniesieniu do każdej* reklamy politycznej

Wymogi *oznakowania* reklamy politycznej

Poprawka 159

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 1 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1. ***W ramach świadczenia usług*** reklamy politycznej każda reklama polityczna ***jest udostępniana wraz z następującymi informacjami, podanymi w sposób jasny, wyraźny i jednoznaczny:***

1. ***Wydawcy*** reklamy politycznej ***zapewniają, aby*** każda reklama polityczna ***zawierała następujące informacje:***

Poprawka 160

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 1 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) **oświadczeniem**, że jest to reklama polityczna;

Poprawka

a) **wyraźnym oświadczenie**, że jest to reklama polityczna;

Poprawka 161

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 1 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) **tożsamością** sponsora reklamy politycznej i podmiotu, **który** ostatecznie **kontroluje** sponsora;

Poprawka

b) **tożsamość** sponsora reklamy politycznej i, **w stosownych przypadkach**, podmiotu **lub osoby** ostatecznie **kontrolującej lub finansującej** sponsora;

Poprawka 162

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 1 – litera b a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ba) w stosownych przypadkach, wybory, referenda, procedury legislacyjne lub regulacyjne, z którymi związana jest reklama polityczna;

Poprawka 163

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 1 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję

c) **ogłoszeniem o przejrzystości, umożliwiającym zrozumienie szerszego kontekstu reklamy politycznej i jej celów, lub z wyraźnym wskazaniem miejsca, w którym można je łatwo odnaleźć.**

Poprawka

c) **wyraźne wskazanie, gdzie można łatwo i bezpośrednio odnaleźć stałą kopię ogłoszenia o przejrzystości zawierającą informacje, o których mowa w art. 7a, oraz, jeżeli jest to konieczne i możliwe, aktualizację tego wskazania;**

Poprawka 164

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Wydawcy reklamy politycznej zapewniają kompletność informacji, o których mowa w ust. 1a, 1b, 1ba i 1c, oraz dokładność informacji, o których mowa w ust. 1c.

Poprawka 165

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 – ustęp 1 – akapit 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

W tym względzie wydawcy reklamy politycznej stosują skuteczne i wyraźne techniki znakowania, które pozwalają na łatwą identyfikację reklamy jako reklamy politycznej, oraz dbają o to, aby oznakowanie pozostało w tym samym miejscu w przypadku dalszego rozpowszechniania reklamy politycznej.

skreśla się

Poprawka 166

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1a. Informacje, o których mowa w ust. 1 lit. a)–c), udostępnia się w formie oznakowań.

Oznakowania te są widoczne, umożliwiają osobom fizycznym łatwą identyfikację reklamy politycznej jako takiej i pozostają na miejscu w przypadku dalszego rozpowszechniania reklamy politycznej.

Poprawka 167

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1b. Do dnia [12 miesięcy po wejściu w życie niniejszego rozporządzenia] Komisja przyjmuje akty delegowane zgodnie z art. 19 w celu uzupełnienia ust. 1a niniejszego artykułu ustanawiające znormalizowane i skuteczne techniki oznaczania reklamy politycznej, w tym dla sektora audiowizualnego, mediów drukowanych oraz reklamy internetowej i pozainternetowej, z uwzględnieniem szczególnych cech nośnika, w którym jest ona publikowana.

Przyjmując te akty delegowane, Komisja uwzględnia najnowsze osiągnięcia technologiczne i rynkowe, odpowiednie badania naukowe i najlepsze praktyki.

Poprawka 168

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1c. W celu zapewnienia jednolitych warunków wykonywania ust. 1 i 1a niniejszego artykułu Komisja przyjmuje akty wykonawcze ustanawiające jednolite oznakowanie.

Te akty wykonawcze przyjmuje się zgodnie z procedurą sprawdzającą, o której mowa w art. 19a ust. 2.

Poprawka 169

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. Ogłoszenie o przejrzystości jest umieszczane w każdej reklamie politycznej

skreśla się

lub jest z niej łatwo dostępne i zawiera następujące informacje:

- a) tożsamość sponsora i jego dane kontaktowe;*
- b) okres, w którym reklama polityczna ma być publikowana i rozpowszechniana;*
- c) w oparciu m.in. o informacje otrzymane zgodnie z art. 6 ust. 3, informacje na temat łącznych wydanych kwot lub innych korzyści uzyskanych w całości lub w części w zamian za przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację i rozpowszechnianie danej reklamy oraz, w stosownych przypadkach, kampanii reklamy politycznej, a także na temat ich źródeł;*
- d) w stosownych przypadkach, wskazanie wyborów lub referendów, z którymi reklama jest związana;*
- e) w stosownych przypadkach, linki do internetowych baz reklam;*
- f) informacje o tym, jak korzystać z mechanizmów przewidzianych w art. 9 ust. 1.*
- g) Informacje, które należy zamieścić w ogłoszeniu o przejrzystości, dostarcza się z wykorzystaniem pól danych określonych w załączniku I.*

Poprawka 170

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

3. Wydawcy reklamy politycznej podejmują rozsądne starania w celu zapewnienia, by informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, były kompletne, a jeżeli stwierdzą, że tak nie jest, nie udostępniają reklamy politycznej.

skreśla się

Poprawka 171

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

4. Ogłoszenia o przejrzystości są aktualizowane i prezentowane w formie łatwo dostępnej i – jeżeli jest to technicznie możliwe – nadającej się do odczytu maszynowego, wyraźnie dostrzegalnej i przyjaznej dla użytkownika, w tym poprzez zastosowanie prostego języka. Informacje te są publikowane przez wydawcę reklamy politycznej wraz z reklamą polityczną od momentu jej pierwszej publikacji do roku po jej ostatniej publikacji.

skreśla się

Poprawka 172

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

5. Wydawcy reklamy politycznej przechowują swoje ogłoszenia o przejrzystości wraz ze wszystkimi zmianami przez okres pięciu lat po zakończeniu okresu, o którym mowa w ust. 4.

skreśla się

Poprawka 173

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 6

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

6. Wydawcy reklamy politycznej, którzy są bardzo dużymi platformami internetowymi w rozumieniu art. 25 rozporządzenia (UE) 2021/xxx [akt o usługach cyfrowych], dopilnowują, aby repozytoria, które udostępniają zgodnie z art. 30 tego rozporządzenia [akt o usługach cyfrowych], udostępniały dla

skreśla się

każdej reklamy politycznej w repozytorium informacji, o których mowa w ust. 2.

Poprawka 174

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 7

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

7. Państwa członkowskie, w tym właściwe organy, oraz Komisja zachęcają do sporządzania kodeksów postępowania, które mają przyczynić się do właściwego stosowania niniejszego artykułu – z uwzględnieniem szczególnych cech odpowiednich zaangażowanych dostawców usług oraz szczególnych potrzeb mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw, w rozumieniu art. 3 dyrektywy 2013/34/UE.

skreśla się

Poprawka 175

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 8

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

8. Komisja jest uprawniona do przyjmowania aktów delegowanych zgodnie z art. 19 w celu zmiany załącznika I poprzez dodanie, modyfikację lub usunięcie elementów z wykazu informacji, które mają być przekazywane zgodnie z ust. 2, jeżeli w świetle rozwoju technologicznego taka zmiana jest konieczna do zrozumienia szerszego kontekstu reklamy politycznej i jej celów.

skreśla się

Poprawka 176

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 a (nowy)

Artykuł 7a

Ogłoszenia o przejrzystości

1. Ogłoszenie o przejrzystości, o którym mowa w art. 7 ust. 1 lit. c), jest udostępniane przez wydawców reklamy politycznej i zawiera następujące informacje:

- a) tożsamość, adres lub miejsce siedziby oraz dane kontaktowe sponsora;**
- b) w stosownych przypadkach, tożsamość osoby lub podmiotu, który ostatecznie finansuje lub w inny sposób kontroluje sponsora, ich adres lub miejsce siedziby i dane kontaktowe;**
- c) okres, w którym reklama polityczna ma być publikowana i rozpowszechniana;**
- d) łączne wydane kwoty lub inne korzyści uzyskane przez dostawców usług reklamy politycznej, w tym otrzymane przez wydawcę, w ramach pełnej lub częściowej wymiany za przygotowanie, zamieszczenie, promowanie, publikację, dostarczenie i rozpowszechnianie danej reklamy oraz, w stosownych przypadkach, kampanii reklamy politycznej, oraz pochodzenie tych kwot lub innych korzyści;**
- e) w stosownych przypadkach, wskazanie wyborów, referendów i procesów legislacyjnych lub regulacyjnych, z którymi reklama jest związana;**
- f) jak korzystać z mechanizmów przewidzianych w art. 9 ust. 1;**
- g) czy reklama została zawieszona lub przerwana z powodu naruszenia niniejszego rozporządzenia;**
- h) w stosownych przypadkach – oświadczenie, że reklama polityczna była ukierunkowana w oparciu o wykorzystanie danych osobowych;**
- i) w stosownych przypadkach – konkretne grupy osób, do których skierowane są działania;**

j) w stosownych przypadkach – kategorie i źródła danych osobowych wykorzystywanych do targetowania;

k) w stosownych przypadkach – zasięg przekazu politycznego, liczbę odsłon reklamy i reakcji;

Informacje, które należy zamieścić w ogłoszeniu o przejrzystości, dostarcza się z wykorzystaniem pól danych określonych w załączniku I.

2. Sponsorzy zapewniają dokładność informacji, które są zobowiązani przekazywać do celów ust. 1 lit. a) i b) przed i w trakcie okresu publikacji, dostarczania lub rozpowszechniania reklamy politycznej.

Sponsorzy lub, w stosownych przypadkach, dostawcy usług reklamy politycznej działający w imieniu sponsorów zapewniają dokładność informacji, które są zobowiązani przekazywać do celów ust. 1 lit. c), d) i e) przed i w trakcie okresu publikacji, dostarczania lub rozpowszechniania reklamy politycznej.

Wydawcy reklamy politycznej zapewniają dokładność informacji, które są zobowiązani przekazywać do celów ust. 1 lit. g)–l) przed i w okresie publikacji, dostarczania lub rozpowszechniania reklamy politycznej.

Wydawcy reklamy politycznej zapewniają, by informacje, o których mowa w ust. 1, były kompletne.

W przypadku gdy sponsor lub dostawca usług reklamy politycznej dowiadują się, że wszelkie informacje przekazane wydawcy reklamy politycznej lub opublikowane przez niego są niekompletne lub nieścisłe, bez zbędnej zwłoki kontaktują się oni z tym wydawcą reklamy politycznej i przekazują mu kompletne lub dokładne informacje.

Jeżeli wydawca reklamy politycznej dowie się, że informacje, o których mowa w art. 7 ust. 1 oraz ust. 1 niniejszego artykułu są niekompletne lub niedokładne, dokłada

wszelkich starań, by je niezwłocznie uzupełnić lub skorygować, m.in. kontaktując się ze sponsorem lub dostawcami usług reklamy politycznej.

Jeżeli informacji nie można uzupełnić lub skorygować, wydawca reklamy politycznej nie udostępnia reklamy politycznej lub bez zbędnej zwłoki zaprzestaje zamieszczania, promocji, publikacji, dostarczania lub rozpowszechniania reklamy politycznej.

Wydawca reklamy politycznej bez zbędnej zwłoki informuje zainteresowanych sponsorów lub dostawców usług reklamy politycznej o wszelkich decyzjach podjętych w związku z akapitem siódmym niniejszego ustępu.

3. Ogłoszenia o przejrzystości powinny być stale łatwo dostępne w każdej chwili w okresie od ich pierwszej publikacji do momentu ich wycofania.

Ogłoszenia o przejrzystości są aktualizowane, prezentowane w łatwo dostępnym formacie i nadają się do odczytu maszynowego. Są one napisane w języku reklamy politycznej. Wydawcy reklamy politycznej, którzy oferują usługi w Unii, zapewniają zgodność ogłoszeń o przejrzystości z wymogami dostępności określonymi w dyrektywie (UE) 2019/882.

Ogłoszenia o przejrzystości są przyjazne dla użytkowników, w tym dzięki użyciu prostego języka.

4. Wydawcy reklamy politycznej przechowują ogłoszenia o przejrzystości wraz ze wszystkimi zmianami do nich przez okres dziesięciu lat od ostatniej publikacji.

5. Komisja jest uprawniona do przyjmowania aktów delegowanych zgodnie z art. 19 w celu zmiany załącznika I w świetle rozwoju technologicznego, odpowiednich badań naukowych, praktyk rynkowych, praktyk nadzorczych właściwych organów i odpowiednich wytycznych wydawanych przez właściwe organy.

6. Do dnia ... [12 miesięcy po wejściu w życie niniejszego rozporządzenia] Komisja przyjmuje zgodnie z art. 19 akty delegowane w celu uzupełnienia wymogów informacyjnych przewidzianych w ust. 1 niniejszego artykułu poprzez ustanowienie specyfikacji technicznych dostosowanych do sektora audiowizualnego, mediów drukowanych, reklamy internetowej i pozainternetowej, a w szczególności uwzględniających cechy szczególne odpowiednich zaangażowanych dostawców usług oraz szczególne potrzeby mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw, w rozumieniu art. 3 dyrektywy 2013/34/UE.

Poprawka 177

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 7 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł 7b

Europejskie repozytorium internetowych reklam politycznych

1. Komisja tworzy publiczne repozytorium wszystkich internetowych reklam politycznych i zapewnia zarządzanie nim. Repozytorium zapewnia:

a) hosting bazy danych zawierającej każdą internetową reklamę polityczną wraz z informacjami wymaganymi na mocy art. 7a ust. 1 w odniesieniu do każdej internetowej reklamy politycznej w przypadku wydawców reklamy politycznej, którzy nie są bardzo dużą platformą internetową ani bardzo dużą wyszukiwarką internetową i udostępniają reklamę polityczną za pośrednictwem usługi online;

b) publiczną dostępność każdej internetowej reklamy politycznej wraz z informacjami wymaganymi na mocy art. 7a ust. 1 w odniesieniu do każdej

internetowej reklamy politycznej.

Do celów wymiany informacji z wydawcami stosuje się wspólną strukturę danych, wspólne normy i wspólny interfejs programowania aplikacji.

Informacje są dostępne w formacie nadającym się do odczytu maszynowego, umożliwiając wyszukiwanie wielokryteriowe i są publicznie dostępne za pośrednictwem jednego portalu.

2. Wydawcy reklamy politycznej będący bardzo dużą platformą internetową lub bardzo dużą wyszukiwarką internetową udostępniają w czasie rzeczywistym informacje wymagane na podstawie art. 7a ust. 1 w repozytoriach udostępnianych zgodnie z art. 39 rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), publicznie udostępniają te informacje za pośrednictwem europejskiego repozytorium internetowych reklam politycznych i w razie potrzeby je aktualizują.

3. Jeżeli dostawca bardzo dużej platformy internetowej lub bardzo dużej wyszukiwarki internetowej usunął daną reklamę polityczną lub uniemożliwił dostęp do niej ze względu na rzekomą niezgodność z prawem lub z warunkami korzystania z jego usług, oprócz wymogów określonych w art. 39 ust. 3 rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych) repozytorium zawiera w odniesieniu do tej reklamy informacje wymagane na mocy art. 7a ust. 1 niniejszego rozporządzenia.

4. Wydawcy reklamy politycznej, którzy nie są bardzo dużą platformą internetową ani bardzo dużą wyszukiwarką internetową i udostępniają reklamę polityczną za pośrednictwem usługi internetowej, udostępniają w europejskim repozytorium internetowych reklam politycznych informacje wymagane na mocy art. 7a ust. 1 wraz z kopią każdej internetowej reklamy politycznej niezwłocznie, nie później niż 24 godziny po jej pierwszej publikacji.

5. Jeżeli wydawcy reklamy politycznej, którzy nie są bardzo dużą platformą internetową ani bardzo dużą wyszukiwarką internetową i udostępniają reklamę polityczną za pośrednictwem usługi online usunęli daną reklamę polityczną lub uniemożliwili dostęp do niej ze względu na rzekomą niezgodność z prawem lub niezgodność z warunkami korzystania z ich usług, europejskie repozytorium internetowych reklam politycznych zawiera w odniesieniu do tej reklamy informacje, o których mowa w art. 17 ust. 3 lit. a)–e) lub art. 9 ust. 2 lit. a) ppkt (i) rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych), oraz informacje wymagane na podstawie art. 7a ust. 1 niniejszego rozporządzenia.

6. Do ... [12 miesięcy po wejściu w życie rozporządzenia] Komisja, w porozumieniu z odpowiednimi zainteresowanymi stronami oraz w świetle postępu technologicznego i naukowego oraz zmian na rynku, przyjmuje akty delegowane zgodnie z art. 19 w celu uzupełnienia ust. 1 niniejszego artykułu, w których określa szczegółowe ustalenia dotyczące wspólnej struktury danych i norm, wspólnego interfejsu programowania aplikacji oraz jednego portalu.

Przyjmując te akty delegowane, Komisja dąży do osiągnięcia następujących celów:

a) umożliwienie łącznego dostępu do informacji dostarczanych przez wydawców reklamy politycznej zgodnie z ust. 1–3 w jednym europejskim repozytorium internetowych reklam politycznych;

b) umożliwienie sponsorom i dostawcom usług reklamy politycznej zautomatyzowanego przekazywania wydawcy reklamy politycznej informacji wymaganych na mocy art. 7a ust. 1 w odniesieniu do każdej internetowej reklamy politycznej;

c) umożliwienie wydawcom reklamy politycznej udostępnianie w internecie, z wykorzystaniem wspólnej struktury danych i wspólnych norm, informacji

wymaganych w art. 7 ust. 1 jako ogłoszeń o przejrzystości;

d) umożliwienie łatwego publicznego dostępu do internetowych ogłoszeń o przejrzystości za pomocą wspólnego interfejsu programowania aplikacji, umożliwiającego dostęp do ogłoszeń i przeszukiwanie odpowiednich baz danych;

e) wspieranie dostępu osób trzecich i dostępu publicznego do ogłoszeń o przejrzystości, w tym dzięki umożliwieniu analizowania internetowych ogłoszeń o przejrzystości i ich prezentowania za pośrednictwem przyjaznych dla użytkowników portali i usług wyszukiwania.

Poprawka 178

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 8 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

1. Wydawcy **reklam świadczący usługi** reklamy politycznej **zamieszczają** informacje o kwotach lub wartości innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za te usługi, w tym o wykorzystaniu technik targetowania i **amplifikacji, zagregowanych** według kampanii, **w swoim sprawozdaniu** z działalności w rozumieniu art. 19 dyrektywy 2013/34/UE, będącym częścią rocznego sprawozdania finansowego.

Poprawka 179

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 8 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Ustępu 1 nie stosuje się do

Poprawka

1. Wydawcy **reklamy politycznej zamieszczają dostarczone im bezpośrednio przez sponsorów lub dostawców usług** reklamy politycznej informacje o kwotach lub wartości innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za te usługi, w tym o wykorzystaniu technik targetowania i **dostarczania reklamy, zagregowane** według kampanii, **jako element oddzielnego komunikatu załączonego do sprawozdania** z działalności w rozumieniu art. 19 dyrektywy 2013/34/UE, będącym częścią rocznego sprawozdania finansowego.

Poprawka

2. Ustępu 1 nie stosuje się do

przedsiębiorstw *wchodzących w zakres*
art. 3 *ust.* 3 dyrektywy 2013/34/UE.

mikroprzedsiębiorstw oraz małych i
średnich przedsiębiorstw w rozumieniu
art. 3 dyrektywy 2013/34/UE.

Poprawka 180

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 8 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2a. *Dostawcy usług reklamy politycznej zgodnie z prawem krajowym regularnie składają właściwym organom krajowym odpowiedzialnym za audyt lub nadzór nad podmiotami politycznymi sprawozdania na temat kwot lub wartości innych korzyści otrzymanych w części lub całości w zamian za te usługi.*

Poprawka 181

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1. Wydawcy reklam świadczący usługi reklamy politycznej wprowadzają mechanizmy umożliwiające osobom fizycznym *nieodpłatne* powiadomienie ich, że dana reklama, którą opublikowali, nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem.

1. Wydawcy reklam świadczący usługi reklamy politycznej wprowadzają mechanizmy umożliwiające osobom fizycznym *lub prawnym* powiadomienie ich, że dana reklama, którą opublikowali, nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem.

Poprawka 182

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1a. *Mechanizmy te są bezpłatne, przyjazne dla użytkownika i łatwo dostępne, w tym z ogłoszenia o przejrzystości. Jeżeli jest to technicznie możliwe, mechanizmy te umożliwiają*

przekazywanie powiadomień drogą elektroniczną.

Poprawka 183

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Informacje na temat sposobu zgłaszania reklam politycznych, o których mowa w ust. 1, muszą być przyjazne dla użytkownika i łatwo dostępne, w tym z ogłoszenia o przejrzystości.

Poprawka

skreśla się

Poprawka 184

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2a. Mechanizmy, o których mowa w ust. 1, ułatwiają składanie dokładnych i uzasadnionych powiadomień, tak by umożliwić wydawcom reklam politycznych stwierdzenie niezgodności danej reklamy z prawem. W tym celu wydawcy reklamy przyjmują niezbędne środki umożliwiające i ułatwiające składanie powiadomień zawierających wszystkie poniższe elementy:

- a) uzasadnione wyjaśnienie powodów, dla których osoba lub podmiot składający powiadomienie twierdzą, że dana reklama nie jest zgodna z niniejszym rozporządzeniem;**
- b) informacje umożliwiające identyfikację reklamy politycznej;**
- c) imię i nazwisko lub nazwę oraz adres e-mail osoby fizycznej lub podmiotu składającego powiadomienie;**
- d) oświadczenie potwierdzające, że osoba lub podmiot składający powiadomienie uważają w dobrej wierze,**

że informacje podane w powiadomieniu są kompletne i dokładne.

Poprawka 185

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję

3. Wydawcy reklamy politycznej *zezwalają na przekazywanie informacji, o których mowa w ust. 1, drogą elektroniczną. Wydawca reklamy politycznej informuje osoby fizyczne o działaniach podjętych w związku z powiadomieniem, o którym mowa w ust. 1.*

Poprawka

3. Wydawcy reklamy politycznej *bez zbędnej zwłoki wysyłają potwierdzenie otrzymania powiadomienia osobom, które je przedłożyły.*

Wydawcy reklamy politycznej analizują powiadomienie i podejmują stosowne działania terminowo, obiektywnie i z należytą starannością.

Wydawcy reklamy politycznej bez zbędnej zwłoki informują sponsorów lub dostawców usług reklamy politycznej, których to dotyczy, jaki bieg nadali powiadomieniu.

Wydawcy reklamy politycznej dostarczają jasnych i przyjaznych dla użytkownika informacji o możliwości dochodzenia roszczeń w odniesieniu do reklamy, której dotyczy powiadomienie, oraz, w stosownych przypadkach, o zastosowaniu zautomatyzowanych środków przetwarzania powiadomień.

Poprawka 186

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

3a. *W miesiącu poprzedzającym wybory lub referendum wydawcy reklamy politycznej bez zbędnej zwłoki, najpóźniej w ciągu 48 godzin, rozpatrują wszelkie*

otrzymane powiadomienia o reklamach związanych z tymi wyborami lub tym referendum. Wydawcy reklamy politycznej będący mikroprzedsiębiorstwami i małymi przedsiębiorstwami w rozumieniu art. 3 dyrektywy 2013/34/UE bez zbędnej zwłoki rozpatrują wszystkie otrzymane powiadomienia dotyczące reklam związanych z tymi wyborami lub tym referendum.

Poprawka 187

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję

4. Na powtarzające się powiadomienia na podstawie ust. 1 dotyczące tej samej reklamy lub kampanii reklamowej można odpowiadać zbiorczo, w tym przez odniesienie do ogłoszenia na stronie internetowej danego wydawcy reklamy politycznej.

Poprawka

4. Na powtarzające się powiadomienia na podstawie ust. 1 dotyczące tej samej reklamy lub kampanii reklamowej można odpowiadać zbiorczo ***przy użyciu narzędzi zautomatyzowanych***, w tym przez odesłanie do ogłoszenia na stronie internetowej danego wydawcy reklamy politycznej.

Poprawka 188

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 9 – ustęp 4 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

4a. Komisja przyjmuje akty delegowane zgodnie z art. 19 w celu uzupełnienia ust. 1 niniejszego artykułu przez określenie specyfikacji technicznych mechanizmu, o którym mowa w tym ustępie, dostosowanych do sektora audiowizualnego, mediów drukowanych oraz reklamy internetowej i pozainternetowej.

Poprawka 189

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 10 – ustęp 1 – akapit 1

Tekst proponowany przez Komisję

Właściwe organy krajowe są uprawnione do żądania od dostawcy usług reklamy politycznej przekazania informacji, o których mowa w art. 6, 7 i 8. Przekazywane informacje **muszą** być kompletne, dokładne i wiarygodne oraz przedstawione w jasnej, spójnej, skonsolidowanej i zrozumiałej formie. Jeżeli jest to technicznie możliwe, informacje są przekazywane w formie umożliwiającej odczyt maszynowy.

Poprawka 190

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 10 – ustęp 1 – akapit 2 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) uzasadnienie wyjaśniające cel, dla którego wnioskuje się o informacje, **oraz dłaczego wniosek jest konieczny i uzasadniony**, chyba że wniosek służy realizacji celu polegającego na zapobieganiu przestępstwom, prowadzeniu postępowań przygotowawczych, wykrywaniu i ściganiu przestępstw oraz w zakresie, w jakim przedstawienie uzasadnienia takiego wniosku zagrażałoby realizacji tego celu;

Poprawka 191

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 10 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Po otrzymaniu wniosku zgodnie z ust. 1 dostawcy usług reklamy politycznej w ciągu dwóch dni roboczych potwierdzają otrzymanie tego wniosku i informują organ o działaniach podjętych

Poprawka

Właściwe organy krajowe są uprawnione do żądania od dostawcy usług reklamy politycznej przekazania informacji, o których mowa w art. 6, 7, **7a** i 8. Przekazywane informacje **są** kompletne, ściśle i wiarygodne oraz przedstawione w jasnej, spójnej, skonsolidowanej i zrozumiałej formie. Jeżeli jest to technicznie możliwe, informacje są przekazywane w **unormowanej** formie umożliwiającej odczyt maszynowy.

Poprawka

a) **krótkie** uzasadnienie wyjaśniające cel, dla którego wnioskuje się o informacje, chyba że wniosek służy realizacji celu polegającego na zapobieganiu przestępstwom, prowadzeniu postępowań przygotowawczych, wykrywaniu i ściganiu przestępstw oraz w zakresie, w jakim przedstawienie uzasadnienia takiego wniosku zagrażałoby realizacji tego celu;

Poprawka

2. Po otrzymaniu wniosku zgodnie z ust. 1 dostawcy usług reklamy politycznej w ciągu dwóch dni roboczych potwierdzają otrzymanie tego wniosku i informują organ o działaniach podjętych

w celu jego realizacji. Odpowiedni dostawca usług dostarcza żądanych informacji w ciągu **dziesięciu** dni roboczych.

Poprawka 192

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 10 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

w celu jego realizacji. Odpowiedni dostawca usług dostarcza żądanych informacji w ciągu **ośmiu** dni roboczych.

Poprawka

3a. W miesiącu poprzedzającym wybory lub referendum dostawcy usług reklamy politycznej przekazują bez zbędnej zwłoki, najpóźniej w ciągu 48 godzin, będące pod ich kontrolą wymagane informacje, o których mowa w art. 6, 7 i 8. Dostawcy usług reklamy politycznej, którzy są mikroprzedsiębiorstwami i małymi przedsiębiorstwami w rozumieniu art. 3 dyrektywy 2013/34/UE, przekazują wymagane informacje bez zbędnej zwłoki.

Poprawka 193

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 11 – ustęp 1 – akapit 1

Tekst proponowany przez Komisję

Dostawcy usług reklamy politycznej **przyjmują odpowiednie środki w celu przekazania informacji**, o których mowa w art. 6, **zainteresowanym podmiotom na ich wniosek i** bez pobierania opłat.

Poprawka

Dostawcy usług reklamy politycznej **bezzwłocznie przekazują zainteresowanym podmiotom – na ich wniosek – informacje**, o których mowa w art. 6, 7 i 7a, , bez pobierania opłat **i – jeżeli jest to technicznie możliwe – w formie umożliwiającej odczyt maszynowy.**

Poprawka 194

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 11 – ustęp 1 – akapit 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Jeżeli dostawca usług reklamy politycznej jest wydawcą reklamy politycznej, stosuje on odpowiednie środki również w celu przekazania informacji, o których mowa w art. 7, zainteresowanym podmiotom na ich wniosek i bez pobierania opłat.

skreśla się

Poprawka 195

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 2 – akapit 1 – litera a**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

a) zweryfikowani badacze zgodnie z art. **31** rozporządzenia (UE) **2021/xxx** [akt o usługach cyfrowych];

a) zweryfikowani badacze zgodnie z art. **40** rozporządzenia (UE) **2022/2065** (akt o usługach cyfrowych);

Poprawka 196

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 2 – akapit 1 – litera d a (nowa)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

da) dziennikarze.

Poprawka 197

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 11 – ustęp 2 – akapit 2**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Takie zainteresowane podmioty obejmują również dziennikarzy posiadających akredytację w państwie członkowskim udzieloną przez organy krajowe, europejskie lub międzynarodowe.

skreśla się

Poprawka 198

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Artykuł 11 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję

3. Po otrzymaniu wniosku od zainteresowanego podmiotu dostawca usług dokłada wszelkich starań, aby **w ciągu jednego miesiąca** dostarczyć żądane informacje lub uzasadnioną odpowiedź zgodnie z ust. 5.

Poprawka

3. Po otrzymaniu wniosku od zainteresowanego podmiotu dostawca usług dokłada wszelkich starań, aby dostarczyć żądane informacje lub uzasadnioną odpowiedź zgodnie z ust. 5 ***jak najszybciej, najpóźniej w ciągu jednego miesiąca.***

Poprawka 199

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Artykuł 11 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję

5. Jeżeli wnioski na podstawie ust. 1 są w sposób oczywisty ***nieuzasadnione***, niejasne ***lub*** nadmierne, ***w szczególności z powodu ich niesprecyzowania***, dostawca usług może odmówić ***odpowiedzi***. W ***takim przypadku*** odpowiedni dostawca usług przesyła zainteresowanemu podmiotowi składającemu wniosek odpowiedź wraz z uzasadnieniem.

Poprawka

5. Jeżeli wnioski na podstawie ust. 1 są w sposób oczywisty niejasne, nadmierne ***lub dotyczą informacji będących poza kontrolą dostawcy usług***, dostawca usług może odmówić ***udzielenia żądanych informacji***. W ***takich przypadkach*** odpowiedni dostawca usług przesyła zainteresowanemu podmiotowi składającemu wniosek odpowiedź wraz z uzasadnieniem, ***w tym informacje o możliwości dochodzenia roszczeń, również tych, które istnieją na mocy dyrektywy (UE) 2020/1828.***

Poprawka 200

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Artykuł 11 – ustęp 7

Tekst proponowany przez Komisję

7. Na dostawcach usług spoczywa ciężar wykazania, że wniosek jest w sposób oczywisty ***nieuzasadniony***, niejasny ***lub*** nadmierny, lub że wnioski są powtarzalne, a ich rozpatrywanie wiąże się ze znacznymi kosztami.

Poprawka

7. Na dostawcach usług spoczywa ciężar wykazania, że wniosek jest w sposób oczywisty niejasny, nadmierny, ***dotyczy informacji będących poza kontrolą dostawcy usług*** lub że wnioski są powtarzalne, a ich rozpatrywanie wiąże się ze znacznymi kosztami.

Poprawka 201

Wniosek dotyczący rozporządzenia Rozdział III – tytuł

Tekst proponowany przez Komisję

TARGETOWANIE I **AMPLIFIKACJA**
REKLAMY POLITYCZNEJ

Poprawka

TARGETOWANIE I **DOSTARCZANIE**
USŁUG REKLAMY POLITYCZNEJ

Poprawka 202

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł -12 (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł -12

***Zakaz technik targetowania i dostarczania
obejmujących przetwarzanie szczególnych
kategorii danych osobowych***

***Zakazane są techniki targetowania lub
dostarczania reklam, które w kontekście
działalności w zakresie reklamy
politycznej wiążą się z przetwarzaniem
szczególnych kategorii danych
osobowych, o których mowa w art. 9
rozporządzenia (UE) 2016/679 oraz
w art. 10 rozporządzenia (UE) 2018/1725.***

Poprawka 203

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję

Szczególne wymogi dotyczące
targetowania i **amplifikacji**

Poprawka

Szczególne wymogi dotyczące
***przetwarzania danych osobowych na
potrzeby technik targetowania i
dostarczania reklam***

Poprawka 204

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

1. ***Zakazane są techniki targetowania lub amplifikacji***, które wiążą się z przetwarzaniem danych osobowych, ***o których mowa*** w art. 9 ***ust. 1*** rozporządzenia (UE) 2016/679 ***i*** art. 10 ***ust. 1*** rozporządzenia (UE) 2018/1725, ***w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej***.

Poprawka 205

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka 206

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1. Techniki targetowania ***i dostarczania reklam***, które ***w kontekście działalności w zakresie reklamy politycznej*** wiążą się z przetwarzaniem danych osobowych ***nienależących do szczególnych kategorii danych osobowych*** w rozumieniu art. 9 rozporządzenia (UE) 2016/679 ***lub*** art. 10 rozporządzenia (UE) 2018/1725, ***ogranicza się ściśle do sytuacji wymienionych w niniejszym artykule***.

Poprawka

1a. W technikach dostarczania reklam, o których mowa w niniejszym artykule, wyznacza się odbiorców z grupy docelowej bez dalszego przetwarzania danych osobowych, wyłącznie na podstawie wyboru losowego.

Poprawka

1b. Zakazane są techniki targetowania i dostarczania reklam wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych osób, o których administrator danych wie z wystarczającą pewnością, że są o co najmniej rok młodsze niż wiek uprawniający do głosowania określony w prawie krajowym. Wypełnianie obowiązków określonych w niniejszym artykule nie zobowiązuje dostawców platform internetowych do przetwarzania

dodatkowych danych osobowych, by ocenić, czy odbiorca usługi jest małoletni.

Poprawka 207

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 1 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1c. Techniki targetowania i dostarczania reklam wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych ogranicza się do danych osobowych jednoznacznie przekazanych przez osobę, której dane dotyczą, za jej zgodą, zgodnie z definicją w art. 4 pkt 11 rozporządzenia (UE) 2016/679, i wyłącznie do celów internetowej reklamy politycznej.

Danych osobowych przekazanych przez osobę, której dane dotyczą, za pośrednictwem usługi lub urzędnika, w tym dostarczonych treści, nie uznaje się za przekazane dane osobowe, dlatego dostawca nie wykorzystuje ich do targetowania i dostarczania reklamy politycznej.

Zwracając się o zgodę do osoby, której dane dotyczą, administrator danych informuje, że przekazane dane osobowe mogą być przetwarzane wyłącznie na potrzeby prezentowania tej osobie reklamy politycznej. Odmowa wyrażenia zgody nie może być dla osoby, której dane dotyczą, bardziej skomplikowana ani bardziej czasochłonna niż wyrażenie zgody. Dostawcy nie wymagają zgody, gdy osoba, której dane dotyczą, korzysta z prawa do wyrażenia sprzeciwu środkami zautomatyzowanymi z wykorzystaniem specyfikacji technicznych, zgodnie z art. 21 ust. 5 rozporządzenia (UE) 2016/679. Jeżeli osoba, której dane dotyczą, odmówi wyrażenia zgody lub cofnie zgodę, zapewnia się jej inne uczciwe i rozsądne możliwości dostępu do usług społeczeństwa informacyjnego.

Techniki targetowania i dostarczania reklam, o których mowa w niniejszym ustępie, nie mogą łączyć więcej niż czterech kategorii danych osobowych, w tym lokalizacji osoby, której dane dotyczą.

Jeżeli reklama polityczna jest powiązana z wyborami lub referendum, przez lokalizację osoby, której dane dotyczą, rozumie się szczebel okręgu wyborczego właściwego dla tych wyborów lub referendum, zgodnie z ust. 1d lit. b).

Jeżeli reklama polityczna nie jest powiązana z wyborami lub referendum, lokalizacja wykorzystana w technikach targetowania i dostarczania reklam nie może być określana poniżej poziomu gminy.

Jeżeli reklama polityczna nie jest związana z wyborami lub referendum oraz w przypadku połączenia co najmniej dwóch kategorii danych, grupa docelowa obejmuje co najmniej 0,4 % mieszkańców państwa członkowskiego i co najmniej 50 000 obywateli.

Poprawka 208

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 1 d (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1d. Niezależnie od ust. 1c w okresie 60 dni bezpośrednio poprzedzających wybory lub referendum techniki targetowania i dostarczania reklam wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych ogranicza się do następujących danych osobowych jednoznacznie przekazanych wydawcy reklam przez osobę, której dane dotyczą, za jej zgodą, zgodnie z definicją w art. 4 pkt 11 rozporządzenia (UE) 2016/679, i wyłącznie do celów internetowej reklamy politycznej:

a) języki, jakimi posługuje się osoba, której dane dotyczą;

b) lokalizacja osoby, której dane dotyczą, na poziomie okręgu wyborczego mającego zastosowanie w danych wyborach lub danym referendum;

c) informacja, że osoba, której dane dotyczą, będzie głosować po raz pierwszy.

Ust. 1c akapit drugi i trzeci stosuje się odpowiednio.

Poprawka 209

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 1 e (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1e. Niniejszy artykuł nie ma zastosowania do wewnętrznej komunikacji partii politycznej, fundacji, stowarzyszenia lub jakiegokolwiek innego podmiotu nienastawionego na zysk kierowanej do ich członków i byłych członków ani do takich komunikatów jak biuletyny informacyjne związane z ich działalnością polityczną, jeżeli bazują one wyłącznie na danych o subskrypcji, a zatem są ściśle ograniczone do członków, byłych członków lub abonentów i opierają się na dostarczonych przez nich danych osobowych i nie wiążą się z dalszym przetwarzaniem danych osobowych do targetowania lub innej dalszej selekcji odbiorców i wiadomości, które otrzymują. Takie formy marketingu bezpośredniego wchodzą w zakres rozporządzenia (UE) 2016/679 i dyrektywy 2002/58/WE.

Poprawka 210

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. Zakaz ustanowiony w zdaniu pierwszym nie ma zastosowania do sytuacji, o których mowa w art. 9 ust. 2

skreśla się

*lit. a) i d) rozporządzenia (UE) 2016/679
oraz w art. 10 ust. 2 lit. a) i d)
rozporządzenia (UE) 2018/1725.*

Poprawka 211

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 3 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję

3. Stosując techniki targetowania **lub amplifikacji** w kontekście **działalności w zakresie** reklamy politycznej obejmującej przetwarzanie danych osobowych, administratorzy, oprócz wymogów określonych w rozporządzeniu (UE) 2016/679 i rozporządzeniu (UE) 2018/1725, w zależności od przypadku, przestrzegają następujących wymogów:

Poprawka

3. Stosując techniki targetowania w kontekście **usług** reklamy politycznej obejmującej przetwarzanie danych osobowych, administratorzy, oprócz wymogów określonych w rozporządzeniu (UE) 2016/679, rozporządzeniu (UE) 2018/1725 i **rozporządzeniu (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych)**, stosownie do przypadku, przestrzegają następujących wymogów:

Poprawka 212

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 3 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) przyjęcie i **wdrożenie** polityki opisującej jasno i prostym językiem wykorzystanie tych technik w celu kierowania reklam do konkretnych osób fizycznych **lub wzmacniania treści** oraz przechowywanie takiej polityki przez okres **pięciu** lat;

Poprawka

a) przyjęcie, **wdrożenie i publiczne udostępnienie** polityki opisującej jasno i prostym językiem **zwłaszcza** wykorzystanie tych technik w celu kierowania reklam do konkretnych osób fizycznych oraz przechowywanie takiej polityki przez okres **10** lat;

Poprawka 213

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 3 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) prowadzenie dokumentacji dotyczącej stosowania targetowania **lub amplifikacji**, stosowanych mechanizmów,

Poprawka

b) prowadzenie dokumentacji dotyczącej stosowania targetowania, stosowanych mechanizmów, technik

technik i parametrów oraz źródła (źródeł) wykorzystanych danych osobowych.

i parametrów oraz źródła (źródeł) wykorzystanych danych osobowych.

Poprawka 214

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 3 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję

c) dostarczanie, wraz z **reklamą polityczną**, dodatkowych informacji koniecznych do tego, by zainteresowana osoba mogła zrozumieć zastosowaną logikę i główne parametry wykorzystanej techniki, a także to, czy wykorzystano dane osób trzecich i dodatkowe techniki analityczne. **Informacje te obejmują elementy określone w załączniku II.**

Poprawka

c) dostarczanie, wraz z **informacją, że jest to reklama polityczna**, dodatkowych informacji koniecznych do tego, by zainteresowana osoba mogła zrozumieć zastosowaną logikę i główne parametry wykorzystanej techniki, a także to, czy wykorzystano dane osób trzecich i dodatkowe techniki analityczne;

Poprawka 215

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 3 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ca) coroczne wykonywanie wewnętrznej oceny ryzyka wynikającego ze stosowania tych technik dla praw podstawowych i wolności osób fizycznych i całego społeczeństwa; wyniki tych ocen ryzyka podaje się do wiadomości publicznej.

Poprawka 216

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję

4. Wydawcy reklamy politycznej korzystający z technik targetowania **lub amplifikacji** umieszczają w ogłoszeniu o przejrzystości wymagany zgodnie z art. 7 informacje **określone w ust. 3 lit. c)**

Poprawka

4. Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania **wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych** umieszczają w ogłoszeniu o przejrzystości wymagany zgodnie z art.

oraz link do polityki, o której mowa w ust. 3 lit. a). W przypadku gdy administratorem danych jest inny podmiot niż wydawca reklamy, administrator przekazuje wydawcy reklamy politycznej swoją politykę wewnętrzną lub odniesienie do niej.

7a ust. 1 dodatkowe informacje niezbędne, by umożliwić zainteresowanej osobie fizycznej zrozumienie zastosowanej logiki i głównych parametrów wykorzystanej techniki, a także wykorzystania danych pozyskanych od osób trzecich i dodatkowych technik analitycznych.

Zawiera ono w szczególności następujące informacje:

a) cele targetowania, mechanizmy i logika, w tym parametry włączenia i wykluczenia, oraz powody, dla których wybrano te parametry;

b) okres rozpowszechniania, liczba osób fizycznych, wśród których dana reklama jest rozpowszechniana;

c) link do polityki, o której mowa w ust. 3 lit. a), lub wyraźne wskazanie miejsca, gdzie można ją łatwo odnaleźć.

Poprawka 217

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 12 – ustęp 4 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

4a. Jeżeli administratorem danych nie jest wydawca reklamy, administrator przekazuje wydawcy reklamy politycznej politykę wewnętrzną, o której mowa w ust. 3 lit. a), i zapewnia przekazanie wydawcy reklamy politycznej informacji, o których mowa w tym ustępie, lub odniesienia do nich, by umożliwić wydawcy reklamy politycznej wypełnienie obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia. Informacje są dokładne i przekazywane terminowo, zgodnie z najlepszymi praktykami i standardami branżowymi, w znormalizowanym i zautomatyzowanym procesie, jeżeli jest to technicznie możliwe.

Poprawka 218

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję

5. Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania **lub amplifikacji**, o których mowa w ust. 3, zamieszczają w reklamie lub wraz z nią oraz w ogłoszeniu o przejrzystości wymagany na podstawie art. 7 odniesienie do skutecznych środków wspierających osoby fizyczne w wykonywaniu praw przysługujących im na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679.

Poprawka

5. Wydawcy reklamy politycznej wykorzystujący techniki targetowania **i dostarczania reklam**, o których mowa w ust. 3, zamieszczają w reklamie lub wraz z nią oraz w ogłoszeniu o przejrzystości wymagany na podstawie art. **7a ust. 1** odniesienie do skutecznych środków wspierających osoby fizyczne w wykonywaniu praw przysługujących im na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679. **Ogłoszenie o przejrzystości zawiera dobrze widoczny link do łatwo dostępnego interfejsu, na którym użytkownicy mogą cofnąć swoją zgodę lub zmienić dane osobowe przekazane przez siebie wyłącznie do celów internetowej reklamy politycznej, zgodnie z ust. 1c i 1d.**

Poprawka 219

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 7

Tekst proponowany przez Komisję

7. **W razie potrzeby** dostawcy usług reklamowych przekazują administratorowi danych informacje niezbędne do spełnienia wymogów ust. 3.

Poprawka

7. Dostawcy usług reklamowych przekazują administratorowi danych informacje niezbędne do spełnienia wymogów ust. 3, **4 i 4a.**

Poprawka 220

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 12 – ustęp 8

Tekst proponowany przez Komisję

8. **Komisja jest uprawniona do przyjmowania aktów delegowanych zgodnie z art. 19 w celu zmiany załącznika II poprzez zmianę lub usunięcie elementów z wykazu informacji,**

Poprawka

skreśla się

które mają być przekazywane zgodnie z ust. 3 lit. c) niniejszego artykułu, w świetle rozwoju technologicznego w zakresie odpowiednich badań naukowych oraz rozwoju w zakresie nadzoru prowadzonego przez właściwe organy i odpowiednich wytycznych wydawanych przez właściwe organy.

Poprawka 221

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 13 – nagłówek

Tekst proponowany przez Komisję

Przekazywanie informacji dotyczących targetowania lub **amplifikacji** innym zainteresowanym podmiotom

Poprawka

Przekazywanie informacji dotyczących targetowania **w internecie** lub **dostarczania reklam** innym zainteresowanym podmiotom

Poprawka 222

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 14 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

1. Dostawcy usług, którzy świadczą usługi reklamy politycznej w Unii, ale nie mają siedziby w Unii, wyznaczają na piśmie osobę fizyczną lub prawną na swojego przedstawiciela prawnego w jednym z państw członkowskich, w których dostawca usług oferuje swoje usługi.

Poprawka

1. Dostawcy usług, którzy świadczą usługi reklamy politycznej w Unii, ale nie mają siedziby w Unii, wyznaczają na piśmie osobę fizyczną lub prawną na swojego przedstawiciela prawnego w jednym z państw członkowskich, w których dostawca usług oferuje swoje usługi, **i rejestrują tego przedstawiciela w krajowych pojedynczych punktach kontaktowych.**

Dostawcy usług powiadamiają pojedynczy krajowy punkt kontaktowy w państwie członkowskim, w którym ich przedstawiciel prawny ma miejsce zamieszkania lub siedzibę, o jego imieniu i nazwisku lub nazwie, adresie pocztowym, adresie e-mail i numerze telefonu.

Państwa członkowskie prowadzą publicznie dostępne rejestry wszystkich

*przedstawicieli prawnych
zarejestrowanych na ich terytorium na
mocy niniejszego rozporządzenia i
zapewniają, by informacje te były łatwo
dostępne oraz dokładne i aktualne.*

*Komisja prowadzi w formacie nadającym
się do odczytu maszynowego publicznie
dostępną, łatwo dostępną bazę danych
przedstawicieli prawnych
zarejestrowanych w Unii na mocy
niniejszego rozporządzenia.*

Poprawka 223

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 14 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Przedstawiciel prawny jest odpowiedzialny za ***to, by reprezentowany przez niego dostawca usług wypełniał swoje obowiązki zgodnie z niniejszym rozporządzeniem, oraz*** jest adresatem wszelkiej korespondencji z odpowiednim dostawcą usług przewidzianej w niniejszym rozporządzeniu. Wszelką korespondencję skierowaną do tego przedstawiciela prawnego traktuje się jak korespondencję skierowaną do reprezentowanego przez niego dostawcy usług.

Poprawka 224

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 14 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. Przedstawiciel prawny jest odpowiedzialny za ***zapewnienie zgodności z niniejszym rozporządzeniem i może być pociągnięty do odpowiedzialności za brak tej zgodności, bez uszczerbku dla odpowiedzialności dostawcy usług i dla ewentualnych postępowań sądowych przeciwko niemu. Przedstawiciel prawny*** jest adresatem wszelkiej korespondencji z odpowiednim dostawcą usług przewidzianej w niniejszym rozporządzeniu. Wszelką korespondencję skierowaną do tego przedstawiciela prawnego traktuje się jak korespondencję skierowaną do reprezentowanego przez niego dostawcy usług.

Poprawka

2a. Dostawcy usług udzielają swojemu przedstawicielowi prawnemu niezbędnych uprawnień i zapewniają mu wystarczające zasoby, aby zagwarantować jego

skuteczną i terminową współpracę z właściwymi organami państw członkowskich, w stosownych przypadkach również z Komisją, oraz stosowanie się przezeń do decyzji tych organów.

Poprawka 225

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 1 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1a. Jeżeli wydawca reklamy politycznej jest bardzo dużą platformą internetową lub bardzo dużą wyszukiwarką internetową w rozumieniu art. 33 rozporządzenia (UE) 2022/2065, Europejska Rada Ochrony Danych może wszcząć dochodzenie na wniosek organów krajowych, Komisji lub z własnej inicjatywy po zasięgnięciu opinii odpowiednich organów krajowych, jeżeli podejrzewa naruszenie art. -12 lub 12 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 226

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 1 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1b. Wszczęcie postępowania przez Europejską Radę Ochrony Danych zgodnie z ust. 1a niniejszego artykułu zdejmuję z krajowego organu lub krajowych organów ochrony danych, lub – w stosownych przypadkach – innego właściwego organu, dotyczące danego naruszenia uprawnienia do nadzorowania i egzekwowania obowiązków wynikających z niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 227

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 1 c (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1c. Po otrzymaniu informacji o wszczęciu postępowania krajowe organy ochrony danych w terminie 15 dni – lub w terminie siedmiu dni, jeżeli w ciągu 60 dni mają się odbyć wybory lub referendum, zgodnie z art. 12 ust. 1d – przekazują Europejskiej Radzie Ochrony Danych wszelkie posiadane informacje na temat danego naruszenia.

Poprawka 228

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 1 d (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1d. Podczas wykonywania uprawnień dochodzeniowych na podstawie niniejszego rozporządzenia Europejska Rada Ochrony Danych zwraca się o indywidualne lub łączne wsparcie do krajowych organów ochrony danych zainteresowanych podejrzanym naruszeniem, w tym do organu ochrony danych właściwego dla miejsca prowadzenia działalności.

Poprawka 229

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2. Państwa członkowskie wyznaczają właściwe organy **w celu** monitorowania przestrzegania przez dostawców usług pośrednich w rozumieniu rozporządzenia (UE) **2021/xxx** [akt o usługach cyfrowych] obowiązków określonych w art. 5–11 i 14 niniejszego rozporządzenia, w stosownych

2. Państwa członkowskie wyznaczają właściwe organy **do nadzorowania i** monitorowania przestrzegania przez dostawców usług pośrednich w rozumieniu rozporządzenia (UE) **2022/2065** [akt o usługach cyfrowych] obowiązków określonych w art. 5–11 i 14 niniejszego

przypadkach. Właściwe organy wyznaczone na podstawie rozporządzenia (UE) **2021/xxx** [akt o usługach cyfrowych] mogą być również jednym z właściwych organów wyznaczonych do monitorowania przestrzegania przez pośredników internetowych obowiązków określonych w art. 5–11 i 14 niniejszego rozporządzenia. Koordynator ds. usług cyfrowych, o którym mowa w art. **38** rozporządzenia (UE) **2021/xxx**, w każdym państwie członkowskim jest odpowiedzialny za zapewnienie koordynacji na szczeblu krajowym w odniesieniu do dostawców usług pośrednich zgodnie z definicją zawartą w rozporządzeniu (UE) **2021/xxx** [akt o usługach cyfrowych]. Art. **45** ust. 1–4 i art. **46** ust. 1 rozporządzenia (UE) **2021/xxx** [akt o usługach cyfrowych] mają zastosowanie w kwestiach związanych ze stosowaniem niniejszego rozporządzenia w odniesieniu do dostawców usług pośrednich.

rozporządzenia, w stosownych przypadkach. Właściwe organy wyznaczone na podstawie rozporządzenia (UE) **2022/2065** [akt o usługach cyfrowych] mogą być również jednym z właściwych organów wyznaczonych do monitorowania przestrzegania przez pośredników internetowych obowiązków określonych w art. 5–11 i 14 niniejszego rozporządzenia. Koordynator ds. usług cyfrowych, o którym mowa w art. **49** rozporządzenia (UE) **2022/2065**, w każdym państwie członkowskim jest odpowiedzialny za zapewnienie koordynacji na szczeblu krajowym w odniesieniu do dostawców usług pośrednich zgodnie z definicją zawartą w rozporządzeniu (UE) **2022/2065** [akt o usługach cyfrowych]. Art. **58** ust. 1–4 i art. **60** ust. 1 rozporządzenia (UE) **2022/2065** [akt o usługach cyfrowych] mają zastosowanie w kwestiach związanych ze stosowaniem niniejszego rozporządzenia w odniesieniu do dostawców usług pośrednich.

Poprawka 230

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

2a. W zakresie, w jakim Komisja ma wyłączne kompetencje do monitorowania, czy bardzo duże platformy internetowe i bardzo duże wyszukiwarki w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2022/2065 (akt o usługach cyfrowych) wypełniają obowiązki określone w tym rozporządzeniu, jest ona uprawniona do monitorowania, czy przestrzegają one art. 5 ust. 2d i art. 7b ust. 2 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 231

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Artykuł 15 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję

3. Każde państwo członkowskie wyznacza co najmniej jeden właściwy organ odpowiedzialny za stosowanie i egzekwowanie aspektów niniejszego rozporządzenia nieobjętych przepisami ust. 1 i 2. Każdy właściwy organ wyznaczony na podstawie niniejszego ustępu posiada strukturalnie pełną niezależność zarówno od samego sektora, jak i od wszelkich zewnętrznych interwencji lub nacisków politycznych. Przy zachowaniu pełnej niezależności skutecznie monitoruje i stosuje niezbędne i proporcjonalne środki, aby zapewnić przestrzeganie niniejszego rozporządzenia.

Poprawka

3. Każde państwo członkowskie wyznacza co najmniej jeden właściwy organ odpowiedzialny za ***spójne*** stosowanie i egzekwowanie aspektów niniejszego rozporządzenia nieobjętych przepisami ust. 1 i 2. ***Właściwe organy krajowe mogą być tymi samymi organami co organy, o których mowa w art. 30 dyrektywy 2010/13/UE.*** Każdy właściwy organ wyznaczony na podstawie niniejszego ustępu posiada strukturalnie pełną niezależność zarówno od samego sektora, jak i od wszelkich zewnętrznych interwencji lub nacisków politycznych. Przy zachowaniu pełnej niezależności skutecznie monitoruje i stosuje niezbędne i proporcjonalne środki, aby zapewnić ***spójny nadzór oraz przestrzeganie i egzekwowanie*** niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 232

Wniosek dotyczący rozporządzenia

Artykuł 15 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję

4. Właściwe organy, o których mowa w ust. 3, wykonując swoje zadania nadzorcze w związku z niniejszym rozporządzeniem, są uprawnione do żądania od dostawców usług reklamy politycznej dostępu do danych, dokumentów lub wszelkich informacji niezbędnych do wykonywania swoich zadań nadzorczych.

Poprawka

4. Właściwe organy, o których mowa w ust. 3, wykonując swoje zadania nadzorcze w związku z niniejszym rozporządzeniem, są ***co najmniej*** uprawnione do żądania od dostawców usług reklamy politycznej dostępu do danych, dokumentów lub wszelkich informacji niezbędnych do wykonywania swoich zadań nadzorczych. ***Właściwe organy wykorzystują te dane wyłącznie do celów monitorowania i oceny zgodności z niniejszym rozporządzeniem, stosownie do odpowiednich przepisów dotyczących ochrony danych osobowych i ochrony poufnych informacji, a także w celu zagwarantowania bezpieczeństwa usług.***

Poprawka 233

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 5 – litera a a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

aa) występowania do dostawców usług reklamy politycznej o dostęp do danych, dokumentów lub wszelkich niezbędnych informacji;

Poprawka 234

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 5 – litera a b (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ab) nakazania zaprzestania naruszeń i, w stosownych przypadkach, zobowiązania do zastosowania środków zaradczych, które są proporcjonalne do naruszenia i niezbędne do jego skutecznego wyeliminowania;

Poprawka 235

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 5 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

c) nakładania administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych.

c) nakładania administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych, w tym okresowych kar pieniężnych;

Poprawka 236

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 5 – litera c a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ca) prowadzenia kontroli lub – jeżeli wymaga tego prawo krajowe – zwrócenia się do organu sądowego w ich państwie

członkowskim o nakazanie kontroli we wszelkich obiektach, których dostawcy usług reklamy politycznej używają do celów związanych z działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub zawodową, lub do żądania tego od innych organów publicznych w celu zbadania, zajęcia, wykonania lub uzyskania kopii informacji związanych z podejrzeniem naruszenia w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od nośnika;

Poprawka 237

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 5 a (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

5a. Wobec Europejskiej Rady Ochrony Danych stosuje się odpowiednio ustępy 4 i 5.

Poprawka 238

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 5 b (nowy)**

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

5b. Państwa członkowskie dbają o to, aby właściwe organy krajowe dysponowały wszelkimi środkami niezbędnymi do wykonywania powierzonych im zadań, w tym wystarczającymi zasobami technicznymi, finansowymi i kadrowymi, aby odpowiednio nadzorować sponsorów i dostawców usług reklamy politycznej podlegających ich kompetencji.

Poprawka 239

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 6**

Tekst proponowany przez Komisję

6. Państwa członkowskie zapewniają współpracę między właściwymi organami, w szczególności w ramach krajowych sieci wyborczych, w celu ułatwienia szybkiej i bezpiecznej wymiany informacji na temat kwestii związanych z wykonywaniem zadań w zakresie nadzoru i egzekwowania przepisów na podstawie niniejszego rozporządzenia, w tym przez wspólne wykrywanie naruszeń, wymianę ustaleń i wiedzy specjalistycznej oraz współpracę w zakresie stosowania i egzekwowania odpowiednich przepisów.

Poprawka

6. Państwa członkowskie zapewniają **skuteczną i zorganizowaną** współpracę między **wszystkimi istotnymi** właściwymi organami **oraz organami nadzorczymi określonymi w ust. 1 i 2**, w szczególności w ramach krajowych sieci wyborczych, w celu ułatwienia szybkiej i bezpiecznej wymiany informacji na temat kwestii związanych z wykonywaniem zadań w zakresie nadzoru i egzekwowania przepisów na podstawie niniejszego rozporządzenia, w tym przez wspólne wykrywanie naruszeń, wymianę ustaleń i wiedzy specjalistycznej oraz współpracę w zakresie stosowania i egzekwowania odpowiednich przepisów.

Poprawka 240

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 7

Tekst proponowany przez Komisję

7. Każde państwo członkowskie wyznacza jeden właściwy organ na punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby niniejszego rozporządzenia.

Poprawka

7. **Jeżeli dane państwo członkowskie wyznacza więcej niż jeden właściwy organ, wówczas państwo to musi zadbać o to, aby odpowiednie zadania tych organów zostały wyraźnie określone, a organy te ściśle i skutecznie ze sobą współpracowały podczas realizacji tych zadań.** Każde państwo członkowskie wyznacza jeden właściwy organ na **krajowy** punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby **wszystkich aspektów** niniejszego rozporządzenia. **Krajowe punkty kontaktowe zapewniają skuteczną współpracę między właściwymi organami krajowymi oraz z innymi punktami kontaktowymi i organami na szczeblu unijnym. Państwa członkowskie podają do wiadomości publicznej dane kontaktowe swoich krajowych punktów kontaktowych. Dane państwa członkowskie przekazują sieci krajowych punktów kontaktowych nazwę innych właściwych organów oraz**

Poprawka 241

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 8 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) właściwe organy stosujące środki nadzoru lub egzekwowania przepisów w państwie członkowskim informują – za pośrednictwem punktu kontaktowego, o którym mowa w ust. 7 – właściwe organy w tych innych zainteresowanych państwach członkowskich o zastosowanych środkach nadzoru i egzekwowania przepisów oraz związanych z nimi działaniach następczych i konsultują się z tymi właściwymi organami w tej sprawie;

Poprawka

a) właściwe organy stosujące środki nadzoru lub egzekwowania przepisów w państwie członkowskim informują – za pośrednictwem punktu kontaktowego, o którym mowa w ust. 7, ***bez zbędnej zwłoki i nie później niż miesiąc po otrzymaniu wniosku o podjęcie współpracy*** – właściwe organy w tych innych zainteresowanych państwach członkowskich o zastosowanych środkach nadzoru i egzekwowania przepisów oraz związanych z nimi działaniach następczych i konsultują się z tymi właściwymi organami w tej sprawie;

Poprawka 242

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 8 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję

c) właściwy organ, po otrzymaniu uzasadnionego wniosku od innego właściwego organu, udziela temu innemu właściwemu organowi pomocy, tak aby środki nadzoru lub egzekwowania przepisów, o których to środkach mowa w ust. 4 i 5, mogły być wdrażane w sposób skuteczny, wydajny i spójny. Odpowiedni właściwy organ, do którego zwrócono się o pomoc – za pośrednictwem punktów kontaktowych, o których mowa w ust. 7, ***i w terminie proporcjonalnym do pilności wniosku*** – udziela odpowiedzi, przekazując informacje, o które wystąpiono, lub informując, że nie uważa, aby warunki wystąpienia o pomoc na podstawie niniejszego rozporządzenia zostały

Poprawka

c) właściwy organ, po otrzymaniu uzasadnionego wniosku od innego właściwego organu, udziela temu innemu właściwemu organowi pomocy, tak aby środki nadzoru lub egzekwowania przepisów, o których to środkach mowa w ust. 4 i 5, mogły być wdrażane w sposób skuteczny, wydajny i spójny. Odpowiedni właściwy organ, do którego zwrócono się o pomoc – za pośrednictwem punktów kontaktowych, o których mowa w ust. 7, ***bez zbędnej zwłoki i nie później niż miesiąc po otrzymaniu wniosku o podjęcie współpracy*** – udziela odpowiedzi, przekazując informacje, o które wystąpiono, lub informując, że nie uważa, aby warunki wystąpienia o pomoc na

spełnione. Wszelkie informacje wymieniane w kontekście pomocy wnioskowanej i udzielanej na podstawie niniejszego artykułu są wykorzystywane wyłącznie w odniesieniu do spraw, w związku z którymi wystąpiono o ich udzielenie.

Poprawka 243

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 – ustęp 8 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

podstawie niniejszego rozporządzenia zostały spełnione. Wszelkie informacje wymieniane w kontekście pomocy wnioskowanej i udzielanej na podstawie niniejszego artykułu są wykorzystywane wyłącznie w odniesieniu do spraw, w związku z którymi wystąpiono o ich udzielenie.

Poprawka

8a. Kwestia zapewnienia zgodności z niniejszym rozporządzeniem przez dostawców usług reklamy politycznej podlega kompetencjom państwa członkowskiego, w którym dostawca ten ma siedzibę. W przypadku gdy dostawca prowadzi działalność w więcej niż jednym państwie członkowskim, należy uznać, że podlega on jurysdykcji państwa członkowskiego, w którym ma główne miejsce prowadzenia działalności. Bez uszczerbku dla ust. 1 i 2 właściwy organ lub właściwe organy wszystkich państw członkowskich współpracują ze sobą i w razie potrzeby udzielają sobie wzajemnie pomocy.

Jeżeli właściwy organ krajowy ma powody, by podejrzewać, że sponsor, dostawca lub wydawca usług reklamy politycznej naruszył niniejsze rozporządzenie w sposób mający wpływ na osoby fizyczne w państwie członkowskim tego właściwego organu, może zwrócić się do punktu kontaktowego siedziby o ocenę sprawy i podjęcie niezbędnych środków dochodzeniowych i egzekucyjnych, o których mowa w ust. 4 i 5 niniejszego artykułu. Wniosek musi być uzasadniony i proporcjonalny oraz należy w nim podać co najmniej:

a) punkt kontaktowy lub przedstawiciela prawnego dostawcy usług reklamy

politycznej, zgodnie z art. 14;

b) opis stanu faktycznego, odnośne przepisy niniejszego rozporządzenia oraz powody, dla których właściwy organ składający wniosek podejrzewa, że dostawca naruszył niniejsze rozporządzenie, w tym opis negatywnych skutków domniemanego naruszenia;

c) wszelkie inne informacje, które właściwy organ składający wniosek uznaje za adekwatne, w tym w stosownych przypadkach informacje zgromadzone z własnej inicjatywy lub sugestie dotyczące przyjęcia konkretnych środków dochodzeniowych lub egzekucyjnych, w tym środków tymczasowych.

Punkt kontaktowy siedziby w jak największym stopniu uwzględnia przepisy ust. 5 niniejszego artykułu. Jeżeli stwierdzi, że dysponuje niewystarczającymi informacjami, aby uwzględnić wniosek lub zalecenie, oraz że ma podstawy, aby uznać, że właściwy organ składający wniosek mógłby przekazać dodatkowe informacje, może wystąpić o takie informacje. Bieg terminu określonego w ust. 4 niniejszego artykułu ulega zawieszeniu do czasu udzielenia tych dodatkowych informacji.

Punkt kontaktowy siedziby bez zbędnej zwłoki, a w każdym razie nie później niż w ciągu miesiąca od otrzymania wniosku zgodnie z ust. 4, przekazuje właściwemu organowi składającemu wniosek oraz sieci krajowych punktów kontaktowych ocenę podejrzanego naruszenia oraz wyjaśnienie wszelkich środków dochodzeniowych lub egzekucyjnych podjętych lub planowanych w związku z tym wnioskiem, aby zapewnić zgodność z niniejszym rozporządzeniem.

Poprawka 244

**Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 9**

9. ***Punkty kontaktowe spotykają się okresowo na szczeblu unijnym w ramach europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów, aby ułatwić szybką i bezpieczną wymianę informacji na temat kwestii związanych z wykonywaniem przez nie zadań w zakresie nadzoru i egzekwowania przepisów na podstawie niniejszego rozporządzenia.***

9. ***W ramach europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów ustanawia się stałą sieć krajowych punktów kontaktowych. Sieć krajowych punktów kontaktowych służy jako platforma regularnej wymiany informacji oraz zorganizowanej współpracy między krajowymi punktami kontaktowymi a Komisją w zakresie wszystkich aspektów niniejszego rozporządzenia.***

Sieć krajowych punktów kontaktowych ułatwia w szczególności:

- a) szybką i bezpieczną wymianę informacji i najlepszych praktyk między krajowymi punktami kontaktowymi i innymi właściwymi organami;***
- b) przygotowanie, we współpracy z odpowiednimi zainteresowanymi stronami, wspólnych kierunków działania, aby wspierać sponsorów i dostawców usług reklamy politycznej w spełnianiu wymogów niniejszego rozporządzenia w zharmonizowany sposób;***
- c) opracowanie zharmonizowanego podejścia do sankcji mających zastosowanie na szczeblu krajowym za naruszenie niniejszego rozporządzenia;***
- d) współpracę na szczeblu Unii, aby zagwarantować harmonijne egzekwowanie niniejszego rozporządzenia.***

Posiedzenia przedstawicieli sieci krajowych punktów kontaktowych odbywają się co najmniej dwa razy w roku, a w razie potrzeby – na odpowiednio uzasadniony wniosek Komisji lub państwa członkowskiego. Ścisłe współpracuje ona z Europejską Grupą Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych oraz z innymi właściwymi organami i sieciami. Komisja uczestniczy w posiedzeniach przedstawicieli sieci krajowych punktów kontaktowych i zapewnia wsparcie administracyjne.

Poprawka 245

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł 15a

Prawo do wniesienia skargi

***Każda osoba lub każdy podmiot ma prawo
wnieść skargę przeciwko sponsorom i
dostawcom usług reklamy politycznej do
właściwego organu będącego krajowym
punktem kontaktowym państwa
członkowskiego, w którym ten podmiot lub
ta osoba ma siedzibę, z zarzutem
naruszenia niniejszego rozporządzenia.***

***Punkt kontaktowy państwa
członkowskiego może odrzucić każdą
skargę, którą uzna za w oczywisty sposób
bezzasadną, i powiadamia skarżącego o
swojej decyzji.***

***Punkt kontaktowy państwa
członkowskiego bez zbędnej zwłoki
przekazuje temu właściwemu organowi
skargi wchodzące w zakres
odpowiedzialności innego właściwego
organu w tym samym państwie
członkowskim. Punkt kontaktowy państwa
członkowskiego w ciągu dziesięciu dni
roboczych przekazuje skargi wchodzące w
zakres kompetencji innego właściwego
organu w innym państwie członkowskim
punktowi kontaktowemu tego państwa
członkowskiego.***

***Właściwy organ otrzymujący skargę
ocenia ją oraz, w stosownych
przypadkach, podejmuje w odpowiedzi na
nią działania w terminie 15 dni roboczych.
W okresach wyborczych ocena odbywa się
w ciągu pięciu dni roboczych.***

***W trakcie tego postępowania wszystkie
strony mają prawo do bycia wysłuchanymi
i do otrzymania odpowiednich informacji
na temat statusu skargi zgodnie z
odpowiednim prawem krajowym.***

Poprawka 246

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 15 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł 15b

Sprawozdania z działalności

Krajowe punkty kontaktowe wyznaczone zgodnie z art. 15 ust. 7 sporządzają standardowe roczne sprawozdanie z działalności objętej zakresem niniejszego rozporządzenia i prowadzonej przez wszystkie właściwe organy wyznaczone w art. 15, obejmujące liczbę skarg otrzymanych zgodnie z art. 15a i przegląd działań następczych.

Krajowe punkty kontaktowe podają sprawozdania roczne do wiadomości publicznej w formacie nadającym się do odczytu maszynowego i przekazują je europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów, a w przypadku wyborów do Parlamentu Europejskiego – Parlamentowi Europejskiemu.

Poprawka 247

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 1

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

1. W odniesieniu do art. 5–11, 13 i 14 państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące sankcji, w tym administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych, mających zastosowanie do dostawców usług reklamy politycznej podlegających ich jurysdykcji w przypadku naruszeń niniejszego rozporządzenia, ***które*** w każdym przypadku muszą być skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.

1. W odniesieniu do art. ***3a***–11, 13 i 14 państwa członkowskie ustanawiają przepisy dotyczące sankcji, w tym administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych, mających zastosowanie do dostawców usług reklamy politycznej podlegających ich jurysdykcji w przypadku naruszeń niniejszego rozporządzenia, ***oraz podejmują wszelkie niezbędne kroki gwarantujące wdrożenie tych przepisów. Przewidziane sankcje*** w każdym przypadku muszą być ***terminowe***, skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.

Poprawka 248

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 3 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) charakter, wagę i czas trwania naruszenia;

Poprawka

a) charakter, wagę, powtarzalność i czas trwania naruszenia;

Poprawka 249

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 3 – litera d

Tekst proponowany przez Komisję

d) wszelkie istotne wcześniejsze naruszenia oraz wszelkie inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie do okoliczności sprawy; **oraz**

Poprawka

d) wszelkie istotne wcześniejsze naruszenia oraz wszelkie inne czynniki obciążające lub łagodzące mające zastosowanie do okoliczności sprawy;

Poprawka 250

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 3 – litera e

Tekst proponowany przez Komisję

e) stopień współpracy z właściwym organem.

Poprawka

e) stopień współpracy z właściwym organem; **oraz**

Poprawka 251

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 3 – litera e a (nowa)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

ea) wielkość i możliwości ekonomiczne dostawcy usług reklamy politycznej.

Poprawka 252

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 16 – ustęp 4

Tekst proponowany przez Komisję

4. Naruszenia art. 7 uznaje się za szczególnie poważne, jeżeli dotyczą one reklamy politycznej publikowanej lub rozpowszechnianej w okresie wyborczym i skierowanej do obywateli państwa członkowskiego, w którym organizowane są dane wybory.

Poprawka

4. Naruszenia art. **3a, 5, 7, 7a i 7b** uznaje się za szczególnie poważne, jeżeli dotyczą one reklamy politycznej publikowanej lub rozpowszechnianej w okresie wyborczym i skierowanej do obywateli państwa członkowskiego, w którym organizowane są dane wybory **lub referendum**.

Państwa członkowskie mogą również nakładać okresowe kary pieniężne, aby nakłonić sponsorów, dostawców usług reklamy politycznej i wydawców do zaprzestania poważnego i powtarzającego się naruszania przepisów niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 253

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 16 – ustęp 4 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

4a. Krajowe punkty kontaktowe powiadamiają Komisję o rodzaju i wysokości nałożonych kar. Państwa członkowskie składają coroczne sprawozdania na temat rodzaju i wysokości kar nałożonych w celu egzekwowania przepisów niniejszego rozporządzenia. Komisja sporządza również okresowo sprawozdanie do celów art. 18 niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 254

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 16 – ustęp 6

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

6. **Za** naruszenia obowiązków określonych w art. 12 organy nadzorcze,

6. **W razie** naruszenia obowiązków określonych w art. **-12 i** 12 organy

o których mowa w art. 51 rozporządzenia (UE) 2016/679, mogą w zakresie swoich kompetencji nakładać administracyjne kary pieniężne zgodnie z art. 83 rozporządzenia (UE) 2016/679 i do wysokości, o której mowa w art. 83 ust. 5 tego rozporządzenia.

nadzorcze, o których mowa w art. 51 rozporządzenia (UE) 2016/679, **oraz Europejska Rada Ochrony Danych** mogą **wykorzystać uprawnienia dochodzeniowe i naprawcze określone w tym rozporządzeniu** oraz w zakresie swoich kompetencji nakładać administracyjne kary pieniężne zgodnie z art. 83 rozporządzenia (UE) 2016/679 i do wysokości, o której mowa w art. 83 ust. 5 tego rozporządzenia.

Poprawka 255

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 6 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

6a. W razie szczególnie poważnych i systemowych naruszeń obowiązków sponsora określonych w art. -12 i 12, jeżeli wydawca reklamy politycznej jest bardzo dużą platformą internetową lub bardzo dużą wyszukiwarką internetową w rozumieniu art. 33 rozporządzenia (UE) 2022/2065, Europejska Rada Ochrony Danych może na ściśle ograniczony okres nieprzekraczający 15 dni nakazać bardzo dużej platformie internetowej lub wyszukiwarce, by nie świadczyły usług targetowania i dostarczania reklam na rzecz tego konkretnego sponsora, zgodnie z art. 15 ust. 1a. Takie zawieszenie można nałożyć oprócz lub zamiast kary administracyjnej.

Poprawka 256

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 7

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

7. W **przypadku naruszeń** obowiązków określonych w art. 12 organ nadzorczy, o którym mowa w art. 52 rozporządzenia (UE) 2018/1725, może w zakresie swoich kompetencji nakładać

7. W **razie naruszenia** obowiązków określonych w art. -12 i 12 organ nadzorczy, o którym mowa w art. 52 rozporządzenia (UE) 2018/1725, może **wykorzystać uprawnienia dochodzeniowe i**

administracyjne kary pieniężne zgodnie z art. 66 rozporządzenia (UE) 2018/1725 do wysokości, o której mowa w art. 66 ust. 3 tego rozporządzenia.

naprawcze określone w tym rozporządzeniu oraz w zakresie swoich kompetencji nakładać administracyjne kary pieniężne zgodnie z art. 66 rozporządzenia (UE) 2018/1725 ***i*** do wysokości, o której mowa w art. 66 ust. 3 tego rozporządzenia.

Poprawka 257

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 7 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

7a. Państwa członkowskie co roku składają Komisji sprawozdania na temat sankcji nałożonych w celu egzekwowania przepisów niniejszego rozporządzenia, zwłaszcza na temat rodzaju zastosowanych sankcji oraz wysokości administracyjnych kar pieniężnych i kar finansowych. Komisja co roku podsumowuje i ocenia te sprawozdania, a także wykorzystuje je w procesie przeglądu przewidzianym w art. 18.

Poprawka 258

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 16 – ustęp 7 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

7b. Komisja jest uprawniona do przyjęcia aktów delegowanych zgodnie z art. 19 w celu wprowadzenia w całej Unii minimalnych sankcji za naruszenie obowiązków określonych w art. -12 i 12 ust. 1–1e, po konsultacji z właściwymi organami i innymi odpowiednimi zainteresowanymi stronami.

Poprawka 259

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 18 – akapit 1

Tekst proponowany przez Komisję

W ciągu dwóch lat po każdych wyborach do Parlamentu Europejskiego, **a po raz pierwszy najpóźniej do dnia 31 grudnia 2026 r., Komisja przedkłada** sprawozdanie z oceny i przeglądu niniejszego rozporządzenia. Sprawozdanie to zawiera ocenę potrzeby wprowadzenia zmian do niniejszego rozporządzenia. **Sprawozdanie to podawane jest do wiadomości publicznej.**

Poprawka

W ciągu dwóch lat po każdych wyborach do Parlamentu Europejskiego **Komisja powinna przedstawić Parlamentowi Europejskiemu i Radzie** sprawozdanie z oceny i przeglądu niniejszego rozporządzenia. Sprawozdanie to zawiera ocenę potrzeby wprowadzenia zmian do niniejszego rozporządzenia, **w szczególności jeśli chodzi o:**

a) zakres rozporządzenia i definicję reklamy politycznej w art. 2 ust. 2;

b) skuteczność środków w zakresie przejrzystości, zwłaszcza deklaracji i mechanizmów określania politycznego charakteru reklamy, o których mowa w art. 5 i 5a;

c) skuteczność struktury nadzoru i egzekwowania przepisów oraz potrzebę wprowadzenia w całej Unii zharmonizowanych sankcji za naruszenia obowiązków określonych w niniejszym rozporządzeniu, a w szczególności za naruszenia, o których mowa w art. 16 ust. 4;

d) skuteczność niniejszego rozporządzenia w świetle postępu technologicznego, naukowego i innego;

e) wzajemne oddziaływanie niniejszego rozporządzenia z aktami prawnymi, o których mowa w art. 1 ust. 4.

Sprawozdanie to podawane jest do wiadomości publicznej.

Poprawka 260

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 19 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Uprawnienia do przyjmowania aktów delegowanych, o których mowa w art. 7 ust. 8 i art. 12 ust. 8, powierza się

Poprawka

2. Uprawnienia do przyjmowania aktów delegowanych, o których mowa w art. 7 ust. **1b, art. 7a ust. 5 i 6, art. 7b**

Komisji na okres [do czasu dokonania oceny stosowania niniejszego rozporządzenia, czyli dwa lata po najbliższych wyborach do Parlamentu Europejskiego].

ust. 6 i art. **9** ust. **4a**, powierza się Komisji na okres [do czasu dokonania oceny stosowania niniejszego rozporządzenia, czyli dwa lata po najbliższych wyborach do Parlamentu Europejskiego].

Poprawka 261

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 19 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję

3. Przekazanie uprawnień, o którym mowa w art. 7 ust. 8 i art. 12 ust. 8, może zostać w dowolnym momencie odwołane przez Parlament Europejski lub przez Radę. Decyzja o odwołaniu kończy przekazanie określonych w niej uprawnień. Decyzja o odwołaniu staje się skuteczna następnego dnia po jej opublikowaniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej lub w późniejszym terminie określonym w tej decyzji. Nie wpływa ona na ważność już obowiązujących aktów delegowanych.

Poprawka

3. Przekazanie uprawnień, o którym mowa w art. **art. 7** ust. **1b**, **art. 7a** ust. 5 i 6, **art. 7b** ust. 6 oraz art. 9 ust. 4a, może zostać w dowolnym momencie odwołane przez Parlament Europejski lub przez Radę. Decyzja o odwołaniu kończy przekazanie określonych w niej uprawnień. Decyzja o odwołaniu staje się skuteczna następnego dnia po jej opublikowaniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej lub w późniejszym terminie określonym w tej decyzji. Nie wpływa ona na ważność już obowiązujących aktów delegowanych.

Poprawka 262

Wniosek dotyczący rozporządzenia Artykuł 19 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

3a. Przed przyjęciem aktu delegowanego Komisja konsultuje się z ekspertami wyznaczonymi przez każde państwo członkowskie zgodnie z zasadami określonymi w Porozumieniu międzyinstytucjonalnym z dnia 13 kwietnia 2016 r. w sprawie lepszego stanowienia prawa.

Poprawka 263

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 19 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję

5. Akt delegowany przyjęty na podstawie art. 7 ust. **8** i art. **12** ust. **8** wchodzi w życie tylko wówczas, **gdy ani** Parlament Europejski, ani Rada nie wyraziły sprzeciwu w terminie dwóch miesięcy od przekazania tego aktu Parlamentowi Europejskiemu i Radzie, lub gdy, przed upływem tego terminu, zarówno Parlament Europejski, jak i Rada poinformowały Komisję, że nie wniosą sprzeciwu. Termin ten przedłuża się o dwa miesiące z inicjatywy Parlamentu Europejskiego lub Rady.

Poprawka

5. Akt delegowany przyjęty na podstawie art. 7 ust. **1b**, **art. 7a ust. 5 i 6**, **art. 7b ust. 6 oraz** art. 9 ust. **4a** wchodzi w życie tylko wówczas, **jeśli** Parlament Europejski ani Rada nie wyraziły sprzeciwu w terminie dwóch miesięcy od przekazania tego aktu Parlamentowi Europejskiemu i Radzie, lub gdy, przed upływem tego terminu, zarówno Parlament Europejski, jak i Rada poinformowały Komisję, że nie wniosą sprzeciwu. Termin ten przedłuża się o dwa miesiące z inicjatywy Parlamentu Europejskiego lub Rady.

Poprawka 264

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 19 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawka

Artykuł 19a

Procedura komitetowa

- 1. Komisję wspomaga komitet. Komitet ten jest komitetem w rozumieniu rozporządzenia (UE) nr 182/2011.**
- 2. W przypadku odesłania do niniejszego ustępu stosuje się art. 5 rozporządzenia (UE) nr 182/2011.**

Poprawka 265

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 20 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję

2. Niniejsze rozporządzenie stosuje się od dnia **1 kwietnia 2023 r.**

Poprawka

2. Niniejsze rozporządzenie stosuje się od **[3 miesięcy od dnia wejścia w życie niniejszego rozporządzenia]**.

Artykuł 7b ust. 1, 4 i 5 stosuje się od dnia [jeden rok po wejściu w życie niniejszego rozporządzenia].

Poprawka 266

Wniosek dotyczący rozporządzenia Załącznik I – tytuł

Tekst proponowany przez Komisję

Informacje, które należy przekazać na podstawie art. 7 ust. 2

Poprawka

Informacje, które należy przekazać na podstawie art. 7a ust. 1

Poprawka 267

Wniosek dotyczący rozporządzenia Załącznik I – litera a

Tekst proponowany przez Komisję

a) Jeżeli ogłoszenie nie znajduje się w samej reklamie, przykład/prezentacja reklamy politycznej lub link do niej.

Poprawka

a) Jeżeli ogłoszenie nie znajduje się w samej reklamie **ani nie jest do niej załączone**, przykład/prezentacja reklamy politycznej lub link do niej.

Poprawka 268

Wniosek dotyczący rozporządzenia Załącznik I – litera b

Tekst proponowany przez Komisję

b) Tożsamość i miejsce prowadzenia przedsiębiorstwa przez sponsora, w imieniu którego rozpowszechniana jest reklama, w tym jego nazwa, adres, numer telefonu **i** adres poczty elektronicznej oraz informacja, czy jest on osobą fizyczną czy prawną.

Poprawka

b) Tożsamość i miejsce prowadzenia przedsiębiorstwa przez sponsora, w imieniu którego **przygotowywana, zamieszczana, promowana, publikowana, dostarczana lub** rozpowszechniana jest reklama, w tym jego nazwa, adres, numer telefonu **lub** adres poczty elektronicznej oraz informacja, czy jest on osobą fizyczną czy prawną.

Poprawka 269

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera c

Tekst proponowany przez Komisję

c) Okres, w którym reklama polityczna jest rozpowszechniana, a także, jeśli ma to zastosowanie i jest znane wydawcy, fakt, że taka sama reklama była rozpowszechniana w przeszłości.

Poprawka

c) Okres, w którym reklama polityczna jest **dostarczana lub** rozpowszechniana, a także, jeśli ma to zastosowanie i jest znane wydawcy, fakt, że taka sama reklama była rozpowszechniana w przeszłości.

Poprawka 270

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera d

Tekst proponowany przez Komisję

d) Wszelkie wybory, z którymi reklama jest powiązana, jeśli ma to zastosowanie.

Poprawka

d) Wszelkie wybory, referenda, procedury legislacyjne lub regulacyjne, z którymi reklama jest powiązana, jeśli ma to zastosowanie.

Poprawka 271

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera e

Tekst proponowany przez Komisję

e) **Wstępna** łączna kwota wydana na konkretną reklamę oraz wartość innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za konkretną reklamę, a także, w stosownych przypadkach, na konkretną kampanię reklamową, w tym na przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację i rozpowszechnianie reklam politycznych, jak również łączna rzeczywista wydana kwota oraz wartość innych otrzymanych korzyści, gdy są one znane.

Poprawka

e) łączna kwota wydana na konkretną reklamę oraz wartość innych korzyści otrzymanych w całości lub w części w zamian za konkretną reklamę, a także, w stosownych przypadkach, na konkretną kampanię reklamową, w tym na przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację, **dostarczanie** i rozpowszechnianie reklam politycznych, jak również łączna rzeczywista wydana kwota oraz wartość innych otrzymanych korzyści, gdy są one znane.

Poprawka 272

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera f

Tekst proponowany przez Komisję

f) **Źródła** funduszy wykorzystywanych na konkretną kampanię reklamową, w tym na przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację i rozpowszechnianie reklam politycznych.

Poprawka

f) **Pochodzenie** funduszy **i innych korzyści** wykorzystywanych na konkretną kampanię reklamową, w tym na przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację, **dostarczanie** i rozpowszechnianie reklam politycznych.

Poprawka 273

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera h

Tekst proponowany przez Komisję

h) **W przypadku gdy wydawcą jest bardzo duża platforma internetowa**, link do lokalizacji reklamy w repozytorium reklam **wydawcy**.

Poprawka

h) Link do lokalizacji reklamy w **europejskim** repozytorium **internetowych** reklam **politycznych**.

Poprawka 274

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik II

Tekst proponowany przez Komisję

Informacje, które należy przekazać na podstawie art. 12 ust. 3

a) **Konkretne grupy odbiorców, do których kierowana jest reklama, w tym parametry stosowane do określenia odbiorców, którym reklama jest rozpowszechniana, z takim samym poziomem szczegółowości, jaki jest stosowany przy targetowaniu, kategorie danych osobowych wykorzystywanych do targetowania i amplifikacji, cele, mechanizmy i założenia targetowania i amplifikacji, w tym parametry włączenia i wyłączenia oraz powody wyboru tych parametrów.**

b) **Okres rozpowszechniania, liczba**

Poprawka

skreśla się

osób, wśród których rozpowszechniana jest reklama, oraz wskazówki dotyczące wielkości grupy docelowej w obrębie danego elektoratu.

c) Źródło danych osobowych, o których mowa w lit. a), w tym, w stosownych przypadkach, informacje o tym, że dane osobowe uzyskano, wynioskowano lub otrzymano od strony trzeciej oraz jej tożsamość, a także link do powiadomienia o ochronie danych tej strony trzeciej w odniesieniu do przedmiotowego przetwarzania.

d) Link do skutecznych środków wspierających wykonywanie przez osoby fizyczne praw przysługujących im na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679 lub rozporządzenia (UE) 2018/1725, w zależności od przypadku, w kontekście targetowania i amplifikacji reklamy politycznej na podstawie ich danych osobowych.