Parlament Europejski
2019-2024

Komisja Kultury i Edukacji

2021/0381(COD)

3.11.2022

OPINIA

Komisji Kultury i Edukacji

dla Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów

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))

Sprawozdawczyni komisji opiniodawczej (*): Sabine Verheyen

(*) Zaangażowana komisja – art. 57 Regulaminu

PA_Legam

ZWIĘZŁE UZASADNIENIE

W dniu 25 listopada 2021 r. Komisja Europejska opublikowała wniosek ustawodawczy dotyczący rozporządzenia w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej, który ma na celu ustanowienie ram prawnych zapewniających wysoki poziom przejrzystości reklamy politycznej i powiązanych usług.

Ogólnie rzecz biorąc, sprawozdawczyni przyjmuje wniosek z zadowoleniem, lecz chciałby zaproponować pewne poprawki, by uściślić niektóre przepisy dotyczące rozpowszechniania reklamy politycznej za pomocą mediów offline oraz by zapewnić spójność między dostawcami usług reklam politycznych online i offline.

Sprawozdawczyni zwraca ponadto uwagę na wzajemne powiązania i uzupełnianie się nowego wniosku i dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych oraz na konieczność ochrony wolności wypowiedzi i prawa do informacji.

Jeśli chodzi o kwestie zarządzania natomiast, proponowane rozporządzenie nie przewiduje koniecznie powoływania nowych władz czy organów na szczeblu państw członkowskich, gdyż zadania te można powierzyć właściwym organom krajowym, zwłaszcza tym, które już odgrywają określoną rolę w regulacji mediów. Sprawozdawczyni stara się jednak wyjaśnić pewne mechanizmy współpracy między wszystkimi zainteresowanymi organami, by ograniczyć w przyszłości problemy związane z egzekwowaniem przepisów.

POPRAWKI

Komisja Kultury i Edukacji zwraca się do Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów, jako komisji przedmiotowo właściwej, o wzięcie pod uwagę następujących poprawek:

Poprawka 1

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 5

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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	(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.	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, ochrona obywateli Unii mieszkających poza Unią,*** równość szans i przejrzystość procesu wyborczego oraz podstawowe prawo do bycia informowanym w sposób obiektywny, przejrzysty i pluralistyczny.

Poprawka 2

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 6

Tekst proponowany przez Komisję	*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. 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.	(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 w niektórych państwach członkowskich prawdopodobnie istnieją dysproporcje i luki w przepisach krajowych ***i unijnych***, 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 3

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 13

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(13) Niniejsze rozporządzenie nie ***powinno*** wpływać na treść merytoryczną reklamy politycznej ani na przepisy regulujące eksponowanie reklamy politycznej, w tym tzw. okresy ciszy przed wyborami lub referendami.	(13) Niniejsze rozporządzenie nie ***może*** wpływać na treść merytoryczną reklamy politycznej ani na przepisy regulujące eksponowanie reklamy politycznej, w tym tzw. okresy ciszy przed wyborami lub referendami. ***Ponadto nie może ono naruszać ani być wykorzystywane do naruszania w jakikolwiek sposób podstawowego prawa do wolności opinii i wolności wypowiedzi.***

Poprawka 4

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 16

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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.	(16) Definicja działalności w zakresie reklamy politycznej powinna obejmować reklamę ***przygotowywaną, kupowaną, zamieszczaną,*** publikowaną***, promowaną*** lub rozpowszechnianą ***w jakikolwiek sposób*** 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 ***lub wyniki wyborów czy referendum***, z wyjątkiem przekazów o charakterze czysto prywatnym lub czysto handlowym.

Poprawka 5

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 17

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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.	(17) Publikowanie***, promowanie*** lub rozpowszechnianie przez inne podmioty przekazu, który może ***i w założeniu ma*** mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny***,*** sposób głosowania ***czy też opinię publiczną w kwestiach społecznych***, również powinno stanowić działalność w zakresie reklamy politycznej. W celu ustalenia, czy publikowanie lub rozpowszechnianie przekazu może ***i w założeniu ma*** mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, procesu ustawodawczego lub regulacyjnego czy też na sposób głosowania, należy uwzględnić wszystkie istotne czynniki, takie jak ***sponsor przekazu,*** treść przekazu, zastosowany język, kontekst, w jakim nastąpił przekaz, jego cel oraz środki, za pomocą których przekaz jest publikowany***, zamieszczany, promowany*** 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 6

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	(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***

niniejszym rozporządzeniem.

umożliwiającą prowadzenie debaty publicznej i pomagają kształtować opinię publiczną. Niniejsze rozporządzenie nie powinno zatem naruszać wolności redakcyjnej mediów. Poglądy polityczne ***i treści redakcyjne zamieszczane w celach informacyjnych, rozrywkowych lub edukacyjnych i*** wyrażane ***na odpowiedzialność redakcyjną dostawcy usług medialnych*** w programach ***mediów dźwiękowych i*** audiowizualnych***, w tym w przekazach linearnych i nielinearnych,*** lub publikowane w mediach drukowanych ***lub internetowych nie powinny być uznawane za reklamę polityczną i*** nie powinny być objęte niniejszym rozporządzeniem***, chyba że dostawca otrzymał od osoby trzeciej zapłatę lub wynagrodzenie za reklamę polityczną***.

Poprawka 7

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 19 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	(19a) Kompetencje medialne mają zasadnicze znaczenie, gdyż pozwalają obywatelom skutecznie i bezpiecznie korzystać z mediów. Tak samo ważne jest, aby mieli oni 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 8

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 26

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

Poprawka 9

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 39

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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 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	(39) Tego rodzaju informacje powinny być podane w ogłoszeniu o przejrzystości, które powinno również zawierać określenie tożsamości sponsora ***i – w stosownych przypadkach – podmiotu lub osoby ostatecznie kontrolującej lub finansującej sponsora***, aby wspierać rozliczalność w procesie politycznym. Należy wyraźnie wskazać miejsce siedziby sponsora oraz to, czy jest osobą fizyczną czy prawną. ***To samo powinno mieć zastosowanie do podmiotu lub osoby sprawującej ostateczną kontrolę nad sponsorem.*** 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 ***zamieszczania, publikacji, promowania i*** 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.

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].

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]. ***Dostawcy usług reklamy politycznej powinni zadbać o to, by podane informacje były kompletne i dokładne.***

Poprawka 10

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 40

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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	(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. ***Prezentacja informacji może się różnić w zależności od zastosowanych środków, zważywszy na charakter reklamy offline. 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. Wydawca reklamy powinien dopilnować***, aby

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.

informacja o ogłoszeniu o przejrzystości była m.in. wyraźnie zauważalna ***i*** 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. ***Korzystania z linku lub innego równoważnego rozwiązania w celu uzyskania dostępu do ogłoszenia o przejrzystości nie należy samego w sobie rozumieć jako reakcji na odnośną reklamę polityczną.***

Poprawka 11

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 42

Tekst proponowany przez Komisję	*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. 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],	(42) Ponieważ wydawcy reklamy politycznej udostępniają reklamy polityczne publicznie, powinni oni ***zamieszczać,*** publikować***, promować*** lub rozpowszechniać te informacje wśród opinii publicznej ***w ogłoszeniu o przejrzystości*** wraz z ***zamieszczeniem,*** publikacją***, promocją*** 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

powinni udostępniać informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości za pośrednictwem repozytoriów reklam publikowanych zgodnie z art. 30 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.	dużymi platformami internetowymi ***i bardzo dużymi wyszukiwarkami 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 rozporządzenia [akt o usługach cyfrowych]. ***Wydawcy reklam politycznych, którzy nie są bardzo dużymi platformami internetowymi lub bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2021/XXX [akt o usługach cyfrowych], powinni udostępniać informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości w repozytorium. Bardzo duże platformy internetowe i bardzo duże wyszukiwarki internetowe powinny zapewniać dostęp do takich informacji w czasie rzeczywistym. Biorąc pod uwagę kontekst reklamy politycznej i jej wpływ na procesy demokratyczne, potrzebna jest odpowiedzialność publiczna i nadzór regulacyjny, aby umożliwić obywatelom podejmowanie świadomych decyzji politycznych wolnych od ingerencji czy manipulacji. Pozwoli to na kontrolę publiczną i*** ułatwi 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 12

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 57

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(57) Jeżeli chodzi o nadzór nad internetowymi usługami pośrednimi na	(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]***.

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] ***oraz przez właściwe organy monitorujące stosowanie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE[1a] w związku z kompetencjami i uprawnieniami przyznanymi tym organom na mocy dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1808[1b]. Zależnie od zakresu sprawy*** koordynatorzy ds. usług cyfrowych, zgodnie z rozporządzeniem (UE) [akt o usługach cyfrowych], ***lub krajowe organy odpowiedzialne za stosowanie dyrektywy 2010/13/UE*** 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] ***lub mechanizmem określonym w art. 29 dyrektywy 2010/13/UE***. W ramach stosowania niniejszego rozporządzenia ***mechanizmy te powinny*** być ***ograniczone*** do współpracy krajowej koordynatorów ds. usług cyfrowych ***lub krajowych organów monitorujących stosowanie dyrektywy 2010/13/***UE.

[1a] 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).

[1b] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1808 z dnia 14 listopada 2018 r. zmieniająca dyrektywę 2010/13/UE w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) ze względu na zmianę sytuacji na rynku (Dz.U. L 303 z 28.11.2018, s. 69).

Poprawka 13

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 58

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(58) Państwa członkowskie powinny wyznaczyć właściwe organy do nadzoru nad tymi 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 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	(58) Państwa członkowskie powinny wyznaczyć właściwe organy do nadzoru nad tymi aspektami niniejszego rozporządzenia, które nie wchodzą w zakres kompetencji organów nadzorczych na podstawie rozporządzenia (UE) 2016/679***,*** rozporządzenia (UE) 2018/725 ***oraz dyrektywy 2010/13/UE***. W celu wspierania przestrzegania podstawowych praw i wolności, praworządności, zasad 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 ***powinny*** wyznaczyć krajowe organy lub podmioty regulacyjne na podstawie art. 30 dyrektywy Parlamentu

i Rady 2010/13/UE[13].	Europejskiego i Rady 2010/13/UE[13].
[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).	[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 14

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 59

Tekst proponowany przez Komisję	*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) 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.	(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 ***czy w dyrektywie 2010/13/UE***, przepisy te powinny mieć zastosowanie odpowiednio do właściwych przepisów niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 15

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 62

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
(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	(62) Państwa członkowskie powinny wyznaczyć punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby niniejszego rozporządzenia. Punkt kontaktowy powinien ***korzystać z istniejących już struktur*** europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów ***lub europejskiej Grupy***

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.	***Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych (ERGA)***. 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 16

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Motyw 63

Tekst proponowany przez Komisję	*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 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	(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 odgrywają obowiązki ustanowione w art. ***5 i*** 7 ***w*** 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

skuteczne, proporcjonalne i mieć charakter odstraszający, z należytym uwzględnieniem zapewnienia wystarczających i dostępnych zabezpieczeń proceduralnych, a w szczególności zapewnienia otwartości i dostępności debaty politycznej.	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 17

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 1 – ustęp 4 – litera f

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
f) dyrektywy ***(UE)*** 2010/13;	f) dyrektywy 2010/13***/UE***;

Poprawka 18

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – ustęp 2

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
2. „działalność w zakresie reklamy politycznej” oznacza przygotowanie, zamieszczanie, ***promowanie,*** publikację lub rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób przekazu:	2. „działalność w zakresie reklamy politycznej” oznacza przygotowanie, ***zakup,*** zamieszczanie, publikację***,*** ***promowanie*** lub rozpowszechnianie w jakikolwiek sposób przekazu:
a) przez podmiot polityczny, w jego imieniu lub na jego rzecz, chyba że ma on charakter czysto prywatny lub czysto handlowy; lub	a) przez podmiot polityczny, w jego imieniu lub na jego rzecz, chyba że ma on charakter czysto prywatny lub czysto handlowy; lub
b) który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny lub sposób głosowania.	b) który może ***i w założeniu ma*** mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy lub regulacyjny lub sposób głosowania ***poprzez oddziaływanie na opinię publiczną w kwestiach społecznych***.
	Pojęcie to nie obejmuje poglądów politycznych ani innych treści redakcyjnych wyrażanych na odpowiedzialność redakcyjną dostawcy

	usług medialnych w rozumieniu art. 1 ust. 1 lit. c) i d) dyrektywy 2010/13/UE w programach mediów dźwiękowych i audiowizualnych, w tym w przekazach linearnych lub nielinearnych, lub publikowanych w mediach drukowanych lub internetowych, chyba że dostawca otrzymał od osoby trzeciej zapłatę lub wynagrodzenie za tego rodzaju treści.

Poprawka 19

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – ustęp 5

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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 ***wynagrodzenia za*** zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie określonego przekazu;	5. „usługa reklamy politycznej” oznacza usługę ***realizowaną zazwyczaj za bezpośrednią zapłatą lub równoważnym wynagrodzeniem,*** polegającą ***w szczególności*** na ***przygotowywaniu, zakupie, zamieszczaniu, publikowaniu, promowaniu lub rozpowszechnianiu reklamy*** politycznej, ***nie włączając w to*** internetowych usług pośrednich w rozumieniu art. 2 lit. f) rozporządzenia (UE) 2021/XXX [akt o usługach cyfrowych], świadczoną bez ***względu na*** zamieszczenie, publikację lub rozpowszechnianie określonego przekazu;

Poprawka 20

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 2 – akapit 1 – ustęp 11

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
11. „wydawca reklamy politycznej” oznacza osobę fizyczną lub prawną, która nadaje, udostępnia za pośrednictwem interfejsu lub w inny sposób ***udostępnia publicznie*** reklamę polityczną za pośrednictwem dowolnego medium;	11. „wydawca reklamy politycznej” oznacza osobę fizyczną lub prawną, która nadaje, udostępnia za pośrednictwem interfejsu lub w inny sposób ***rozpowszechnia, zamieszcza, publikuje promuje lub dostarcza*** reklamę polityczną za pośrednictwem dowolnego medium;

Poprawka 21

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
a) oświadczeniem, że jest to reklama polityczna;	a) ***wyraźnym*** oświadczeniem, że jest to reklama polityczna;

Poprawka 22

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) tożsamością sponsora reklamy politycznej i podmiotu, który ostatecznie kontroluje sponsora;	b) tożsamością sponsora reklamy politycznej i***, w stosownych przypadkach,*** podmiotu, który ostatecznie kontroluje ***lub finansuje*** sponsora;

Poprawka 23

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 1 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
c) ogłoszeniem o przejrzystości***, umożliwiającym zrozumienie szerszego kontekstu*** reklamy politycznej i jej celów, lub z wyraźnym wskazaniem miejsca, w którym można je łatwo odnaleźć.	c) ogłoszeniem o przejrzystości ***wyjaśniającym szerszy kontekst*** reklamy politycznej i jej celów, lub z wyraźnym wskazaniem miejsca, w którym można je łatwo odnaleźć.

Poprawka 24

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – wprowadzenie

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
2. Ogłoszenie o przejrzystości jest umieszczane w każdej reklamie politycznej	2. Ogłoszenie o przejrzystości jest umieszczane w każdej reklamie politycznej

lub jest z niej łatwo dostępne i zawiera następujące informacje:	lub jest z niej łatwo dostępne i zawiera następujące informacje ***podane w jasny sposób***:

Poprawka 25

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera a

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
a) tożsamość ***sponsora*** i ***jego*** dane kontaktowe;	a) tożsamość***, miejsce prowadzenia przedsiębiorstwa*** i ***aktualne*** dane kontaktowe ***sponsora reklamy politycznej, a w stosownych przypadkach podmiot, który go ostatecznie kontroluje lub finansuje***;

Poprawka 26

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera b

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
b) okres, w którym reklama polityczna ma być publikowana i rozpowszechniana;	b) okres, w którym reklama polityczna ma być ***zamieszczana,*** publikowana***, promowana*** i rozpowszechniana;

Poprawka 27

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera c

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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	c) w oparciu m.in. o informacje otrzymane zgodnie z art. 6 ust. 3, informacje na temat ***pochodzenia,*** łącznych wydanych kwot lub innych korzyści uzyskanych w całości lub w części w zamian za przygotowanie, zamieszczenie, promocję, publikację i rozpowszechnianie danej reklamy, ***a w przypadku reklamy politycznej będącej częścią*** kampanii reklamy politycznej –

temat ***ich źródeł***;	***informacje*** na temat ***pochodzenia łącznych kwot***;

Poprawka 28

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 – litera e

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
e) w stosownych przypadkach, linki do internetowych baz reklam;	e) w stosownych przypadkach, linki do internetowych baz reklam ***politycznych***;

Poprawka 29

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	2a. Do celów ust. 1 i 2 należy wziąć pod uwagę specyfikę środka przekazu wykorzystanego do publikacji, zwłaszcza z myślą o dostosowaniu zasad do audiowizualnych usług medialnych, radia i prasy.

Poprawka 30

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 2 b (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	2b. Sponsorzy dbają o to, by informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, były kompletne i dokładne.

Poprawka 31

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.	3. Wydawcy reklamy politycznej ***dbają o to***, by informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, były kompletne, a jeżeli stwierdzą, że tak nie jest, ***uzupełniają te informacje. Do czasu uzupełnienia informacji wydawca*** reklamy politycznej ***nie udostępnia jej i informuje o sytuacji odnośnych dostawców usług i sponsora***.

Poprawka 32

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 3 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	3a. Jeżeli po publikacji reklamy politycznej wydawca dowie się, że informacje, o których mowa w ust. 1 i 2, są niekompletne lub niedokładne, zwraca się do sponsora lub właściwych dostawców usług o bezzwłoczne uzupełnienie lub skorygowanie tych informacji.

Poprawka 33

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.	4. Ogłoszenia o przejrzystości są aktualizowane i prezentowane w formie łatwo dostępnej***, wyraźnie dostrzegalnej,*** nadającej się do odczytu maszynowego i przyjaznej dla użytkownika, w tym poprzez zastosowanie prostego języka***, a w stosownych przypadkach dostępnej dla osób z niepełnosprawnościami lub upośledzeniami***. Informacje te są publikowane przez wydawcę reklamy politycznej wraz z reklamą polityczną od momentu jej pierwszej publikacji do roku po jej ostatniej publikacji. ***Korzystania z linku lub innego równoważnego rozwiązania w celu uzyskania dostępu do***

	ogłoszenia o przejrzystości nie można samego w sobie rozumieć jako reakcji na odnośną reklamę polityczną.

Poprawka 34

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 każdej reklamy politycznej w repozytorium informacje, o których mowa w ust. 2.	6. Wydawcy reklamy politycznej , którzy są bardzo dużymi platformami internetowymi w rozumieniu art. 25 rozporządzenia (UE) 2021/xxx [akt o usługach cyfrowych] ***lub bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi w rozumieniu art. 33a 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 każdej reklamy politycznej w ***specjalnym*** repozytorium informacje, o których mowa w ust. 2***, oraz zapewniały dostęp do takich informacji w czasie rzeczywistym***.

Poprawka 35

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 7 – ustęp 6 a (nowy)

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	6a. Wydawcy reklam politycznych, którzy nie są bardzo dużymi platformami internetowymi lub bardzo dużymi wyszukiwarkami internetowymi w rozumieniu rozporządzenia (UE) 2021/XXX [akt o usługach cyfrowych], udostępniają informacje zawarte w ogłoszeniu o przejrzystości, o których mowa w ust. 2, w specjalnym repozytorium.
	Komisja zgodnie z art. 19 przyjmuje akt

delegowany, by uzupełnić niniejsze rozporządzenie, ustanawiając przepisy dotyczące struktury, organizacji i funkcji repozytoriów, o których mowa w akapicie pierwszym.

Komisja przyjmuje ten akt delegowany do dnia [dzień/miesiąc/rok] na podstawie oceny skutków dotyczącej różnych wariantów zastosowania określonego tamże wymogu. Obowiązek określony w akapicie pierwszym ma zastosowanie [X] miesięcy po wejściu w życie aktu delegowanego, o którym mowa w akapicie drugim.

Poprawka 36

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.	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***, odpowiednich badań naukowych, zmian w nadzorze sprawowanym przez właściwe organy i odnośnych wytycznych wydanych przez właściwe organy*** taka zmiana jest konieczna do zrozumienia szerszego kontekstu reklamy politycznej i jej celów.

Poprawka 37

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

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	4a. W przypadku usług reklamy politycznej offline, mediów drukowanych i

	małych przedsiębiorstw medialnych obowiązki określone w niniejszym artykule mają zastosowanie z uwzględnieniem specyfiki tego rodzaju usług i mediów.

Poprawka 38

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

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
	1a. Krajowe władze lub organy regulacyjne, o których mowa w art. 30 dyrektywy 2010/13/UE, mają prawo monitorować stosowanie niniejszego rozporządzenia pod kątem przestrzegania przepisów dyrektywy 2010/13/UE i odpowiadają za zapewnienie koordynacji na szczeblu krajowym i unijnym w zakresie tych przepisów. Artykuły 30a i 30b dyrektywy 2010/13/UE stosuje się mutatis mutandis.

Poprawka 39

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 3

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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	3. Każde państwo członkowskie wyznacza co najmniej jeden właściwy organ odpowiedzialny za stosowanie i egzekwowanie aspektów niniejszego rozporządzenia nieobjętych przepisami ust. 1***, 1a*** 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.

przestrzeganie niniejszego rozporządzenia.

Poprawka 40

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 6

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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.	6. Państwa członkowskie zapewniają współpracę między właściwymi organami, w szczególności w ramach krajowych sieci wyborczych ***i w Europejskiej Grupie Regulatorów ds. Audiowizualnych Usług Medialnych (ERGA)***, 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 41

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 7

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
7. Każde państwo członkowskie wyznacza ***jeden właściwy organ*** na punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby niniejszego rozporządzenia.	7. Każde państwo członkowskie wyznacza ***właściwe organy*** na punkt kontaktowy na szczeblu unijnym na potrzeby niniejszego rozporządzenia ***oraz zapewnia wszechstronną współpracę między organami krajowymi a Komisją***.

Poprawka 42

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 15 – ustęp 9

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
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. Punkty kontaktowe spotykają się okresowo na szczeblu unijnym w ramach europejskiej sieci współpracy w zakresie wyborów ***lub w ramach ERGA***, 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.

Poprawka 43

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 44

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Artykuł 16 – ustęp 4

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

Poprawka 45

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera b

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

Poprawka 46

Wniosek dotyczący rozporządzenia
Załącznik I – litera d

Tekst proponowany przez Komisję	*Poprawka*
d) Wszelkie wybory, z którymi reklama jest powiązana, jeśli ma to zastosowanie.	d) Wszelkie wybory ***lub referenda***, z którymi reklama jest powiązana, jeśli ma to zastosowanie.

PROCEDURA W KOMISJI OPINIODAWCZEJ

Tytuł	Przejrzystość i targetowanie reklamy politycznej
Odsyłacze	COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD)
Komisja przedmiotowo właściwa Data ogłoszenia na posiedzeniu	IMCO 13.12.2021
Opinia wydana przez Data ogłoszenia na posiedzeniu	CULT 13.12.2021
Zaangażowane komisje - Data ogłoszenia na posiedzeniu	5.5.2022
Sprawozdawczyni komisji opiniodawczej Data powołania	Sabine Verheyen 22.3.2022
Rozpatrzenie w komisji	1.9.2022
Data przyjęcia	25.10.2022
Wynik głosowania końcowego	+: 21 –: 3 0: 3
Posłowie obecni podczas głosowania końcowego	Asim Ademov, Andrea Bocskor, Ilana Cicurel, Gianantonio Da Re, Laurence Farreng, Tomasz Frankowski, Alexis Georgoulis, Catherine Griset, Hannes Heide, Irena Joveva, Petra Kammerevert, Niyazi Kizilyürek, Elżbieta Kruk, Predrag Fred Matić, Niklas Nienaß, Monica Semedo, Andrey Slabakov, Massimiliano Smeriglio, Michaela Šojdrová, Sabine Verheyen, Milan Zver
Zastępcy obecni podczas głosowania końcowego	João Albuquerque, Loucas Fourlas, Marcel Kolaja, Rob Rooken
Zastępcy (art. 209 ust. 7) obecni podczas głosowania końcowego	Lefteris Christoforou, Birgit Sippel

GŁOSOWANIE KOŃCOWE W FORMIE GŁOSOWANIA IMIENNEGO W KOMISJI OPINIODAWCZEJ

21	+
PPE	Asim Ademov, Lefteris Christoforou, Loucas Fourlas, Tomasz Frankowski, Michaela Šojdrová, Sabine Verheyen, Milan Zver
RENEW	Ilana Cicurel, Laurence Farreng, Irena Joveva, Monica Semedo
S&D	João Albuquerque, Hannes Heide, Petra Kammerevert, Predrag Fred Matić, Birgit Sippel, Massimiliano Smeriglio
THE LEFT	Alexis Georgoulis, Niyazi Kizilyürek
VERTS/ALE	Marcel Kolaja, Niklas Nienaß

3	-
ID	Gianantonio Da Re, Catherine Griset
NI	Andrea Bocskor

3	0
ECR	Elżbieta Kruk, Rob Rooken, Andrey Slabakov

Objaśnienie używanych znaków:
+ : za
- : przeciw
0 : wstrzymało się